UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

TESIS

PERCEPCIÓN DEL TURISTA Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL HUMEDAL DE HUASAO, OROPESA, CUSCO, 2023

PRESENTADO POR:

Br. REYNA LUZ CHINO CCANA

Br. MARILUZ CONDORI TAIRO

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO.

ASESORA:

Dra. ROXANA JULIA ABARCA ARRAMBIDE

CUSCO – PERÚ

2025

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el **Asesor** Dra. ROXANA JULIA ABARCA ARRAMBIDE quien aplica el software de detección de similitud al trabajo de investigación/tesistitulada: PERCEPCIÓN DEL TURISTA Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL HUMEDAL DE HUASAO, OROPESA, CUSCO, 2023

Presentado por: REYNA LUZ CHINO CCANA DNI N° 46679649;
presentado por: MARILUZ CONDORI TAIRO DNI N°: 73897161
Para optar el título Profesional/Grado Académico de LICENCIADA EN TURISMO

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del ***Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC*** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9 **%.**

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 16 de Septiembre de 20 26

Firma

Post firma ROXANA JULIA ABARCA ARRAMBIDE

Nro. de DNI 23908183

ORCID del Asesor 0000-0002-9644-4591

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: **oid:** 27259:617272136

Reyna Luz Chino Ccana

PERCEPCIÓN DEL TURISTA Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL HUMEDAL DE HUASAO, OROP…

Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::27259:617272136

Fecha de entrega
25 ago 2026, 9:49 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
25 ago 2026, 10:05 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
TESIS REYNA Y LUZ DICIEMBRE 28dic Final.docx

Tamaño del archivo
14.9 MB

205 páginas

40.222 palabras

230.139 caracteres

9% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

8% Fuentes de Internet
2% Publicaciones
7% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

Texto oculto
2 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Presentación

Señor Decano de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, distinguidos docentes y miembros del jurado:

De acuerdo con lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la mencionada escuela profesional de turismo, me complace poner a su consideración el presente trabajo de tesis titulado: "**Percepción del turista y su relación con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa, Cusco, 2023**", elaborado con el propósito de optar por el título profesional de Licenciadas en Turismo.

De igual forma, esta investigación pretende constituirse en un punto de partida para futuras investigaciones que aborden temáticas similares.

Atentamente

Las tesistas.

Dedicatoria

Este logro alcanzado no es solo mío, también es tuyo. Sin lugar a duda eres mi gran ejemplo para seguir, con tus actos me enseñaste a ser fuerte y luchar por mis metas, siempre estuviste allí apoyándonos a mí y mis hermanos. Si, así es, me refiero a ti mamita. Porque tú nos enseñaste a nunca rendirnos. Eres un claro ejemplo de resiliencia para la familia porque a pesar de las dificultades supiste adaptarte a las adversidades y seguir adelante, nunca dejaste de sonreírle a la vida. Es por ello, como un gesto humilde de agradecimiento quiero dedicarle el siguiente trabajo de tesis a mi madre Luz Marina Ccana y a Dios por haberme bendecido con la mejor madre guerrera del mundo.

Reyna Luz Chino Ccana

Dedico este trabajo de tesis a mis padres, quienes con su ejemplo me transmitieron principios y valores que han sido fundamentales para mantenerme firme en los momentos difíciles y avanzar en cada uno de mis proyectos. A mi esposo, mi compañero incondicional y apoyo constante, y a mis hermanos, por estar siempre presentes y brindarme su respaldo sin reservas.

Mariluz Condori Tairo

Agradecimiento

Reyna Luz Chino Ccana

Con profundo agradecimiento, elevo mi gratitud a Dios, quien es mi fortaleza en cada etapa de este camino. También agradezco de corazón a mis padres, por sus sabios consejos y su incansable apoyo en esta etapa.

Mi reconocimiento va también a la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, que fue el lugar donde me formé, me acogió con generosidad en sus aulas y me permitió integrarme a una comunidad académica comprometida con la excelencia.

De manera especial, deseo expresar mi sincero reconocimiento a mi asesora de tesis, la Dra. Roxana Julia Abarca, por su dedicación, paciencia y valioso acompañamiento a lo largo de este proceso. Agradezco igualmente a todos los docentes de la Escuela Profesional de Turismo, cuyas enseñanzas han dejado huella en mi formación.

Mariluz Condori Tairo

Agradezco a Dios, porque gracias a su voluntad sigo avanzando, incluso cuando he enfrentado dificultades, pues me ha dado la fuerza necesaria para no rendirme. Del mismo modo, expreso mi gratitud a mis padres y familia, quienes me inculcaron el valor del esfuerzo y la constancia, enseñanzas que me impulsaron a seguir adelante eligiendo siempre el camino correcto. Extiendo también mi agradecimiento a mi compañera de tesis, Reyna Luz Chino Ccana, por su apoyo constante a lo largo de este proceso. Asimismo, valoro profundamente a todas aquellas personas que, de una u otra manera, contribuyeron a que este sueño pudiera hacerse realidad.

A mis docentes, por su tiempo, compromiso y conocimientos compartidos durante mi proceso formativo, especialmente a mi asesora, la Dra. Roxana Abarca A., por su acompañamiento y orientación en cada etapa de esta investigación, contribuyendo así a que hoy este trabajo llegue a su fin. Les estaré eternamente agradecida.

Resumen

La investigación titulada “Percepción del turista y su relación con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa, Cusco, 2023” tuvo como objetivo principal analizar cómo se relaciona la percepción del visitante con el desarrollo turístico de este ecosistema. Para ello, se aplicó un enfoque mixto, con diseño no experimental y alcance descriptivo-correlacional. La muestra fue de 384 turistas, seleccionados mediante muestreo no probabilístico, a quienes se aplicó una encuesta estructurada. Los resultados revelaron que el 51,6% de los encuestados consideró que la gestión del humedal es regular, mientras que el 67,4% calificó como aceptable la actividad turística. El análisis estadístico, utilizando el coeficiente de Spearman, evidenció una correlación positiva y significativa entre ambas variables ($\rho = 0,781$; $p = 0,000$), lo que indica que una percepción favorable se vincula directamente con una mayor actividad turística. Asimismo, se identificaron debilidades en la calidad de los servicios, la señalización y la promoción del destino. En función de estos hallazgos, se propuso una estrategia de mejora basada en el fortalecimiento de la infraestructura, la gestión ambiental y el impulso digital, con miras a posicionar de manera sostenible al humedal de Huasao como un atractivo ecoturístico relevante en la región.

Palabras clave: Percepción del turista, Actividad turística, Humedal, Gestión turística.

Abstract

The research entitled “Tourist perception and its relationship with tourism activity in the Huasao Wetland, Oropesa, Cusco, 2023” aimed to analyze how visitors’ perception is related to the development of tourism in this natural ecosystem. A mixed approach was applied, with a non-experimental and descriptive-correlational design. The sample consisted of 384 tourists selected through non-probability sampling, using a structured survey as the main data collection tool. The results showed that 51.6% of respondents considered the wetland’s management to be regular, while 67.4% rated the tourism activity as acceptable. Statistical analysis using Spearman’s rho revealed a positive and significant correlation between both variables ($\rho = 0.781$; $p = 0.000$), indicating that a better perception of the destination is closely linked to higher levels of tourism activity. In addition, weaknesses were identified in service quality, signage, and destination promotion. Based on these findings, a strategic improvement plan was proposed, focused on strengthening tourism infrastructure, promoting environmental management, and enhancing digital visibility, with the goal of positioning the Huasao Wetland as a sustainable and relevant ecotourism destination in the region.

Keywords: Tourist perception, Tourism activity, Wetland, Tourism management.

Introducción

A nivel global, los humedales se reconocen como uno de los ecosistemas de alta productividad, ya que bridan servicios ecológicos esenciales para la vida humana y ambiental. Entre estos destacan el suministro de agua, la regulación hídrica, la conservación de la biodiversidad, la producción de alimentos, así como su aporte al transporte, la recreación y el turismo. Su valor paisajístico y ecológico convierte a los humedales en espacios clave para el desarrollo sostenible, generando beneficios tanto económicos como sociales para los gobiernos y las comunidades circundantes. Además, su riqueza biológica los posiciona como hábitats esenciales para una amplia diversidad de flora y fauna, muchos de ellos en situación de amenaza o peligro de extinción.

En este escenario, el distrito de Oropesa, ubicado en la región Cusco, alberga el humedal de Huasao, un entorno natural que, tras haber pasado por un proceso de restauración, ha vuelto a recibir visitantes tanto locales como nacionales e internacionales. Sin embargo, pese a su valor ecológico y turístico, este humedal aún enfrenta retos significativos vinculados a la percepción que tienen los turistas, la insuficiencia de su infraestructura y la necesidad de servicios adecuados. En este sentido, el propósito de la presente investigación es examinar cómo se relacionan la percepción del visitante y la actividad turística en este espacio natural, con la finalidad de identificar aspectos a mejorar y plantear estrategias que contribuyan a consolidar al humedal como un destino sostenible.

La presente investigación está organizada en tres capítulos. El primero aborda los aspectos generales del tema, incluyendo la delimitación del problema, los objetivos planteados, y las justificaciones desde las perspectivas teórica, metodológica y práctica. También se expone la hipótesis, el marco conceptual y el análisis de la realidad que da sustento al estudio. El segundo capítulo describe la metodología empleada, especificando el tipo, nivel y enfoque de la investigación, así como la muestra, población, técnicas e instrumentos utilizados para

recopilar y examinar la información. Por último, en el tercer capítulo se presentan los hallazgos obtenidos, su respectiva interpretación, y una propuesta de mejora enfocada en reforzar la percepción que tienen los visitantes del humedal de Huasao. El trabajo finaliza con las conclusiones y sugerencias derivadas del análisis empírico realizado.

Índice general

Presentación ii

Dedicatoria iii

Agradecimiento iv

Resumen v

Abstract vi

Introducción vii

Índice general ix

Índice de tablas xv

Índice de figuras xviii

Generalidades 1

1.1. Planteamiento del problema 1

1.2 Diagnostico de la realidad problemática 4

1.3. Formulación del problema 6

1.3.1. Problema general 6

1.3.2. Problemas específicos 6

1.4. Objetivos 6

1.4.1. Objetivo general 6

1.4.2. Objetivos específicos 6

1.5. Justificación del estudio 7

1.5.1. Justificación teórica 7

1.5.2. Justificación metodológica 7

1.5.3. Justificación práctica 7

1.6. Marco teórico y conceptual 8

1.6.1. Antecedentes del estudio 8

1.7. Bases teóricas 13

1.7.1 Teoría de la imagen turística de Gunn 13

1.7.2 Modelo de Imagen del Destino de (Echtner & Ritchie, 1993) 16

1.7.3. Percepción del turista 18

1.7.4 Dimensiones de la percepción del turista 19

1.7.5. Actividad turística 20

1.7.6 Dimensiones de la actividad turística. 28

1.7.7. Teorías específicas o micro teorías 31

1.8. Base legal 37

1.9. Marco conceptual 42

1.9.1. *Actividad turística* 42

1.9.2. Competitividad 42

1.9.3. Demanda turística 42

1.9.4. Desarrollo turístico 42

1.9.5. *Ecosistema* 43

1.9.6. Gestión 43

1.9.7. Humedales 43

1.9.8. *Oferta turística* 43

1.9.9. Participación comunitaria....43

1.9.10. Recursos turísticos....44

1.9.11. *Visitante*....44

1.10. Hipótesis....44

1.10.1. Hipótesis general....44

1.10.2. Hipótesis especificas....44

1.11. Identificación de variables....45

1.11.1. Variable 1....45

1.11.2. Variable 2....45

1.12. Operacionalización de variables....46

Capítulo I....47

Diagnostico situacional del ámbito de estudio....47

1.1. Ubicación distrito de Oropesa....47

1.1.1. Historia....47

1.1.2. Flora y fauna....47

1.1.3. Superficie....48

1.1.4. Limites....48

1.1.5. Accesos....48

1.1.6. Clima....48

1.1.7. Servicios básicos del distrito de Oropesa....49

1.1.8. Reseña histórica del humedal de Huasao....49

1.1.9. Recuperación del humedal de Huasao 50

1.1.10 Actividades socioeconómicas del distrito de Oropesa 52

1.1.11. Ubicación y características geográficas. 53

1.2. Humedal de Huasao 54

1.2.1. Ubicación 55

1.2.2. Características generales 56

1.2.3. Reglas del humedal 56

1.2.4. Tarifario 57

1.2.5. Aspectos internos y externos 57

1.2.6. Esculturas del Humedal 62

1.2.7. Flora del humedal de Huasao. 68

1.2.8. Especies de aves del humedal de Huasao. 69

1.2.9. Categorización de fauna del Humedal 70

1.2.10. Caracterización de la flora del Humedal 82

1.2.11. Categorización del humedal de Huasao 92

1.2.12. Jerarquización del humedal de Huasao 99

1.2.13. Análisis FODA del Humedal 100

Capítulo II 102

Metodología de investigación 102

2.1. Tipo de investigación. 102

2.2. Nivel de investigación 102

2.3. Diseño de investigación 102

2.4. Enfoque de investigación 103

2.5. Alcance de investigación 103

2.6. Población y muestra 104

2.6.1. Población 104

2.6.2. Muestra 104

2.8. Técnica e instrumento de recolección de datos 105

2.8.1. Técnicas 105

2.8.2. Instrumento 105

2.9. Procedimiento de recolección de datos 105

2.10. Resultados de la investigación 106

2.10.1. Aspectos generales de los visitantes al humedal de Huasao. 106

2.10.2. Resultados descriptivos por variables y dimensiones 113

2.10.3. Resultados del objetivo específico 1: Percepción de turista 122

2.10.4. Resultados inferenciales 129

2.11. Discusión de resultados 133

Capítulo III 137

Propuesta de solución para mejorar la actividad turística en el Humedal de Huasao 137

3.1. Propuesta general 137

OE1: Mejora de la infraestructura turística 138

OE2: Gestión ambiental y fortalecimiento comunitario. 143

OE3: Promoción digital y cultural del destino 145

Conclusiones 147

Recomendaciones 149

Referencias 151

Anexos 170

A. Matriz de consistencia 171

B. Matriz de instrumentos 172

C. Instrumentos de recolección de datos 174

D. Mapa de ubicación cronológico de Huaso de 2011-2018 180

E. Organigrama de la municipalidad de Oropesa 181

F. Evidencias fotográficas 182

Índice de tablas

Tabla 1 *Principales actividades turísticas* 20

Tabla 2 *Identificación de variables* 46

Tabla 3 *Datos estadísticos* 54

Tabla 4 Ubicación del Humedal de Huasao 55

Tabla 5 Tarifa de entradas 57

Tabla 6 *Composición de la flora* 68

Tabla 7 Cuadro de especies de aves 69

Tabla 8 Ficha técnica de Garceta grande 70

Tabla 9 Ficha técnica de Huaco común 71

Tabla 10 Ficha técnica Ibis de la Puna 72

Tabla 11 *Ficha técnica de Carceta barcina o Pato andino* 73

Tabla 12 Ficha técnica de Cerceta de la puna o pato de la puna 74

Tabla 13 | *Ficha técnica de Cerceta colorada* 75

Tabla 14 Ficha técnica de Rascon Gallineta 76

Tabla 15 Ficha técnica de Gallineta común o polla de agua 77

Tabla 16 *Ficha técnica de Gaviota andina* 78

Tabla 17 Ficha técnica de Zenaida torcaza o tortola 79

Tabla 18 Ficha técnica de Gorrion cuellirufo 80

Tabla 19 *Ficha técnica de Zorzal chiguanco* 81

Tabla 20 Ficha técnica de Pilli pilli o diente de león 82

Tabla 21 Ficha técnica de Asnaq c'ora 83

Tabla 22 Ficha técnica de Totorilla 83

Tabla 23 Ficha técnica de Trébol 85

Tabla 24 Ficha técnica de Vela 86

Tabla 25 Ficha técnica de lenteja de agua 87

Tabla 26 Ficha técnica de Sauce real 88

Tabla 27 Ficha técnica de Sauce llorón 89

Tabla 28 Ficha técnica de Alamo blanco 90

Tabla 29 Ficha técnica de Mayu chillca 91

Tabla 30 Categorización y Jerarquización del Humedal de Huasao 92

Tabla 31 Características de la visita del humedal de Huasao 93

Tabla 32 Actividades turísticas del humedal de Huasao 94

Tabla 33 Servicios turísticos actuales en el humedal de Huasao 95

Tabla 34 Servicios complementarios dentro del humedal de Huasao 96

Tabla 35 Condiciones de accesibilidad para el visitante hacia el humedal de Huasao 97

Tabla 36 Infraestructura básica del humedal de Huasao 97

Tabla 37 Saneamiento físico legal del humedal de Huasao 98

Tabla 38 Datos del responsable del recurso turístico 98

Tabla 39 Jerarquización del Humedal de Huasao 99

Tabla 40 *Nombre del recurso turístico* 99

Tabla 41 *Genero de los encuestados* 106

Tabla 42 *Edad de los encuestados* 107

Tabla 43 *Estado civil de los encuestados* 108

Tabla 44 Grado de Instrucción de los encuestados 109

Tabla 45 Procedencia de los encuestados 110

Tabla 46 Lengua materna de los encuestados 111

Tabla 47 *Motivo de visita de los encuestados* 112

Tabla 48 113

Tabla 49 *Percepción del turista* 114

Tabla 50 *Información recibida* 115

Tabla 51 *Calidad de servicios*.....116

Tabla 52 *Actividad turística*.....117

Tabla 53 *Demanda turística*.....118

Tabla 54 *Oferta turística*.....119

Tabla 55 *Espacio geográfico*.....120

Tabla 56 *Operadores de mercado*.....121

Tabla 57 *¿Cree usted que la señalización del humedal de Huasao es clara y fácil de entender?*.....122

Tabla 58 *¿Usted antes de su visita encontró información útil sobre el humedal en redes sociales o páginas web?*.....123

Tabla 59 *¿Usted se sintió satisfecho con la información proporcionada por los informadores del humedal de Huasao?*.....124

Tabla 60 *¿Considera usted que los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao mantienen un buen estado?*.....125

Tabla 61 *¿Considera usted que el personal del humedal fue amable y estuvo dispuesto a resolver sus dudas durante su visita?*.....126

Tabla 62 *¿Durante su recorrido por el humedal usted se sintió seguro (a) y bien orientad (o)?*.....127

Tabla 63 *¿Durante su recorrido en el humedal de Huasao usted participo u observo actividades culturales?*.....128

Tabla 64 *Prueba de normalidad de datos*.....129

Tabla 65 *Correlación de la hipótesis general*.....130

Tabla 66 *Correlación de la hipótesis especifica 1*.....131

Tabla 67 *Correlación hipótesis especifica 2*.....132

Índice de figuras

Figura 1 Ubicación de humedal de Huasao 56

Figura 2 Espejo de agua 57

Figura 4 Cerco perimétrico 58

Figura 5 Zona de estacionamiento 59

Figura 6 Zona de comercio 60

Figura 7 Servicios higiénicos 60

Figura 8 Organigrama de los servicios higiénicos, guardianía y boletería 60

Figura 9 Senderos y señalización 61

Figura 10 Miradores 61

Figura 11 Escultura el señor de los anillos 62

Figura 12 Los Guardianes de Galaxia 63

Figura 13 Baby Groot Avengers 63

Figura 14 Sapo andino 64

Figura 15 Sirena 64

Figura 16 Gansos andinos o Huallata 65

Figura 17 Serpiente de cascabe 66

Figura 18 *Comadreja* 66

Figura 19 *Cuy Silvestre* 67

Figura 20 Garceta Grande 70

Figura 21 *Huaco Común* 71

Figura 22 *Ibis de la puna* 72

Figura 23 *Cerceta Barcina* 73

Figura 24 *Cerceta de la Puna* 74

Figura 25 *Cerceta colorada* 75

Figura 26 *Rascon Gallineta* 76

Figura 27 *Galleneta Comun* 77

Figura 28 *Gaviota andina* 78

Figura 29 *Zenaida Torcasa* 79

Figura 30 *Gorrion Cuell* 80

Figura 31 Zorzal Chiguanco 81

Figura 32 *Pilli o diente de león* 82

Figura 33 *Asnaq C'ora* 83

Figura 34 *Totorilla* 84

Figura 35 *Trébol* 85

Figura 36 *Vela* 86

Figura 37 *Lenteja de agua* 87

Figura 39 *Sauce llorón* 89

Figura 40 Alamo blanco 90

Figura 41 Mayu-chillca 91

Figura 42 Ciudad de los brujos 92

Figura 43 Género de los encuestados 106

Figura 44 Edad de los encuestados 107

Figura 45 Estado civil de los encuestados 108

Figura 46 Grado de Instrucción de los encuestados 109

Figura 47 Procedencia de los encuestados 110

Figura 48 Lengua materna de los encuestados 111

Figura 49 *Motivo de visita de los encuestados* 112

Figura 50 *Percepción del turista* 114

Figura 51 *Información recibida* 115

Figura 52 *Calidad de servicios* 116

Figura 53 *Actividad turística* 117

Figura 54 *Demanda turística* 118

Figura 55 *Oferta turística* 119

Figura 56 *Espacio geográfico* 120

Figura 57 *Operadores de mercado* 121

Figura 58 *¿Cree usted que la señalización del humedal de Huasao es clara y fácil de entender?* 122

Figura 59 *¿Usted antes de su visita encontró información útil sobre el humedal en redes sociales o páginas web?* 123

Figura 60 *¿Usted se sintió satisfecho con la información proporcionada por los informadores del humedal de Huasao?* 124

Figura 61 *¿Considera usted que los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao mantienen un buen estado?* 125

Figura 62 *¿Considera usted que el personal del humedal fue amable y estuvo dispuesto a resolver sus dudas durante su visita?* 126

Figura 63 *¿Durante su recorrido por el humedal usted se sintió seguro (a) y bien orientad (o)?* 127

Figura 64 *¿Durante su recorrido en el humedal de Huasao usted participo u observo actividades culturales?* 128

Figura 65 Propuesta 01: ejemplo de paneles informativos en las barandas de seguridad .. 138

Figura 66 Propuesta 02: bancos hechos con troncos de madera con diferentes diseños o tallados 139

Figura 67 Propuesta 03: Modelo de cestos de basura 140

Figura 68 Propuesta 04: Modelo de remodelacion del modulo sanitario 141

Figura 69 Propuesta 05 142

Generalidades

1.1. Planteamiento del problema

Los humedales se consideran entre los ecosistemas más valiosos del planeta, ya que ofrecen diversos aportes a la sociedad. Entre estos se encuentran el almacenamiento de agua, la conservación de la biodiversidad y su relevancia económica para las comunidades que los rodean. De acuerdo con la Convención Ramsar, cerca del 6% de la superficie terrestre mundial ha sido clasificada como humedal (Peruano, 2020).

A nivel internacional, se ha evidenciado que tanto el Ministerio de Turismo como el Gobierno Autónomo Descentralizado Local del Ecuador han mostrado una participación limitada en la protección y conservación de los recursos naturales en la provincia de Los Ríos, específicamente en el humedal Abras de Mantequilla. Entre los principales problemas se encuentra la deficiente infraestructura, lo cual reduce el interés de los turistas, ya que el lugar no cuenta con servicios básicos como alcantarillado. También se utiliza agua subterránea extraída de pozos que contienen grandes cantidades de agua limpia. A esto se suma la falta de señalización, los accesos difíciles y el mal estado de las vías, aspectos que generan una imagen negativa del lugar entre los visitantes. Esta situación afecta no solo al desarrollo turístico del humedal, sino también al crecimiento económico del cantón Vinces. Si no se implementan acciones concretas para conservarlo, su imagen se verá comprometida y, en consecuencia, disminuirá el interés por visitarlo. Esto haría que los humedales sean cada vez menos considerados dentro de las rutas turísticas por parte de los viajeros (Roca, 2023).

A nivel nacional, los humedales ubicados en la región costera cumplen un papel clave al generar múltiples beneficios para el desarrollo. Sin embargo, cuando no se gestionan adecuadamente, pueden ocasionar efectos adversos que comprometen seriamente estos ecosistemas valiosos. Por ejemplo, las aves pueden ser acosadas y sometidas a condiciones de estrés, lo que las obliga a desplazarse a otros lugares. Asimismo, la presencia descontrolada de

visitantes en estos entornos delicados genera alteraciones o incluso daños en la fauna silvestre. Como respuesta a esta problemática, se planteó la elaboración de un modelo de gestión que considere la instalación de infraestructura turística en los humedales de la costa peruana. Esta propuesta tiene como finalidad articular el turismo sostenible con acciones que aseguren la protección de la biodiversidad. Asimismo, busca reconocer a los diferentes actores involucrados en el proceso de desarrollo de estos entornos naturales (Ucariegue, 2018).

En la región de Cusco, el turismo constituye uno de los ejes fundamentales para impulsar tanto el crecimiento económico como el desarrollo social. Según el Centro de Estudios Regionales Andinos, esta actividad aportó el 14% al Producto Bruto Interno regional en el año 2019. Sin embargo, su crecimiento se ha visto limitado debido a los bajos índices de competitividad. De acuerdo con la Sociedad de Comercio Exterior del Perú, en 2021 Cusco lideró el ranking de competitividad turística a nivel departamental, aunque con una puntuación de solo 0.53, lo cual evidencia que aún está lejos de alcanzar una posición competitiva sólida. Esta situación se atribuye, en gran parte, a las deficiencias en la prestación de servicios turísticos. A ello se suma el aumento de la informalidad, especialmente en actividades vinculadas al turismo, lo que agrava la situación. En este contexto, se identifica una marcada presencia de micro y pequeñas empresas informales, lo cual afecta de manera directa la calidad de los productos turísticos y repercute negativamente en la experiencia y satisfacción de los visitantes, dificultando el fortalecimiento del sector.

El humedal de Huasao, ubicado en el distrito de Oropesa, constituye actualmente un espacio natural de significativo valor paisajístico, ecológico y turístico, que atrae a visitantes locales, nacionales e internacionales. Sin embargo, a pesar del creciente interés por este recurso natural, la mala percepción existente que tienen los turistas con respecto a su experiencia en el destino turístico. Entre las más evidentes se encuentran la precariedad de la infraestructura turística, la ausencia de señalización adecuada, la escasa disponibilidad de servicios de

orientación e información, así como una calidad variable en la atención y en los servicios ofrecidos. Estas condiciones afectan directamente la experiencia del visitante, reducen sus niveles de satisfacción y debilitan el posicionamiento del humedal como destino turístico competitivo, trayendo como efecto una débil actividad turística.

Esta percepción negativa puede explicarse, en parte, por la falta de una planificación turística integral, la escasa articulación entre los actores involucrados en el desarrollo turístico del humedal y la ausencia de estrategias sostenibles que consideren las necesidades del visitante. En años anteriores no se promovieron acciones consistentes para el mejoramiento de la infraestructura básica ni para el fortalecimiento de los servicios orientados al turista. Asimismo, se ha permitido un crecimiento desordenado de actividades informales como agencias de viaje no reguladas, venta ambulatoria y oferta gastronómica improvisada, lo cual ha deteriorado tanto la imagen del destino como su entorno natural. A esto se suma una limitada inversión pública y privada para el fortalecimiento del equipamiento turístico.

De continuar estas condiciones, es probable que la actividad turística en el humedal de Huasao enfrente dificultades para desarrollarse de manera sostenible y competitiva. Una percepción desfavorable por parte de los visitantes puede traducirse en una disminución progresiva del flujo turístico, afectando la economía local y generando impactos ambientales negativos por prácticas turísticas desordenadas. Ello pondría en riesgo la conservación del ecosistema y las oportunidades de desarrollo para la población que depende de esta actividad.

No obstante, esta situación puede revertirse si se orientan esfuerzos hacia la mejora de la percepción del turista mediante una atención adecuada a los factores que conforman su experiencia. El fortalecimiento de la infraestructura, la profesionalización de los servicios, la regulación de la actividad comercial y la participación activa de la comunidad local son aspectos clave para mejorar la valoración que hacen los visitantes del destino. Asimismo, la implementación de mecanismos de monitoreo, retroalimentación y control permitiría adaptar

las intervenciones conforme a las expectativas de los turistas, promoviendo una gestión turística que armonice el desarrollo económico con la conservación del humedal de Huasao.

1.2 Diagnostico de la realidad problemática

El Humedal de Huasao, ubicado en el distrito de Oropesa, se ha consolidado en los últimos años como un recurso natural de creciente interés turístico dentro del Valle Sur del Cusco. Este espacio, además de poseer un valor ecológico significativo por la presencia de espejos de agua, flora nativa y aves migratorias, constituye un atractivo que combina elementos paisajísticos, culturales y recreativos. Sin embargo, a pesar de su potencial, el humedal enfrenta una serie de dificultades que afectan tanto la calidad de la experiencia turística como la conservación del ecosistema, configurando una realidad problemática que justifica la presente investigación.

En primer lugar, el humedal presenta limitaciones evidentes en su infraestructura turística. La señalización es insuficiente y, en muchos casos, se encuentra deteriorada, lo que dificulta la orientación adecuada del visitante durante el recorrido. Los paneles informativos son escasos o poco visibles, situación que limita la comprensión del valor ambiental del humedal y reduce la experiencia interpretativa del turista. Asimismo, las áreas de descanso, las esculturas, los servicios higiénicos y los espacios destinados a recibir visitantes presentan necesidades de mantenimiento constante que no siempre son atendidas oportunamente. Estas condiciones generan una experiencia turística incompleta y afectan negativamente la percepción general del destino.

En segundo lugar, la conservación ambiental del humedal enfrenta serias dificultades. La presciencia continua de visitantes sin una adecuada educación ambiental ha generado impactos en la flora y fauna, especialmente en las aves que utilizan el humedal como refugio o zona de migración. La gestión de residuos sólidos dentro y fuera del recorrido no es eficiente, lo que contribuye al deterioro del entorno natural. A ello se suma la insuficiente protección de

los espejos de agua, donde la acumulación de desechos y la falta de control ambiental provocan cambios en la calidad del ecosistema. Esta problemática evidencia la necesidad de una gestión ambiental más rigurosa y sistemática.

Otro aspecto crítico es la limitada gestión institucional del humedal. El análisis FODA incluido en el diagnóstico situacional señala con claridad problemas como disputas por la administración del espacio, falta de coordinación entre actores locales y la inexistencia de un plan articulado de manejo turístico. Estas debilidades dificultan la toma de decisiones, retrasan las mejoras necesarias y limitan el alcance de acciones de promoción, conservación y gestión sostenible. La ausencia de un enfoque de gobernanza turística integral afecta directamente el desarrollo ordenado del atractivo.

Asimismo, la promoción del Humedal de Huasao es todavía insuficiente. Aunque cuenta con presencia en redes sociales y es conocido localmente, no existen campañas de difusión consolidadas ni material informativo actualizado que permita posicionarlo como un destino competitivo frente a otros atractivos del Valle Sur. La falta de estrategias de marketing turístico reduce la visibilidad del lugar, disminuye la llegada de visitantes informados y limita el crecimiento de la actividad turística en la zona.

Esta combinación de factores da lugar a una realidad problemática definida por deficiencias en infraestructura, carencias en servicios turísticos, dificultades en la conservación del ecosistema y una gestión institucional fragmentada. Estas condiciones afectan la satisfacción del visitante, generan percepciones negativas sobre la calidad del destino y limitan el desarrollo sostenible del humedal. Por lo tanto, se hace necesario identificar y analizar la relación entre la percepción del turista y la actividad turística para plantear estrategias que contribuyan a mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la gestión integral del Humedal de Huasao.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la percepción del turista con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023?

1.3.2. Problemas específicos

- PE1: ¿Cómo es la percepción del turista sobre la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa Cusco - 2023?
- PE2: ¿Cómo se relaciona los servicios turísticos con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023?
- PE3: ¿De qué manera mejora la percepción del turista que se relaciona con la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación de la percepción del turista con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

- OE1: Describir la percepción del turista sobre la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.
- OE2: Determinar la relación de los servicios turísticos y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.
- OE3: Definir como mejora la percepción del turista en relación con la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa – Cusco, 2023.

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Justificación teórica

Este estudio se respalda en fundamentos teóricos pertinentes que permiten comprender y sustentar las variables planteadas. En cuanto a la primera variable, percepción del turista, se toma como referencia a Pike (2021), quien afirma que la percepción que tienen los visitantes sobre la gestión de un destino influye de manera decisiva en la construcción de su imagen, incidiendo a su vez en los niveles de satisfacción, recomendación y decisiones de retorno. En el caso de la segunda variable, actividad turística, se recurre a los aportes de Larrea y Zambrano (2021), con lo cual se establece la justificación teórica de la presente investigación.

1.5.2. Justificación metodológica

Este estudio se desarrolla desde un enfoque cuantitativo, con el objetivo principal de medir y examinar objetivamente cómo los visitantes perciben la actividad turística en el humedal de Huasao. Para ello, se emplea la recolección de datos numéricos a través de encuestas estructuradas. A partir de esta información, se busca identificar patrones, reconocer tendencias y establecer los diferentes niveles de percepción en relación con aspectos como la información brindada, la calidad de los servicios disponibles y los recursos naturales y culturales del lugar.

1.5.3. Justificación práctica

La presente investigación tiene una destacada utilidad práctica, ya que sus resultados permitirán entender cómo los visitantes perciben la actividad turística desarrollada en el humedal de Huasao. El estudio se enfocará en aspectos clave como la información brindada, la calidad del servicio y los recursos naturales y culturales del área. Comprender estas percepciones será de gran ayuda para autoridades locales, operadores turísticos y responsables del sector, ya que ofrecerá insumos relevantes para tomar decisiones orientadas a mejorar la calidad del servicio y formular estrategias efectivas de promoción y comunicación del destino.

De esta manera, se contribuirá al fortalecimiento de la competitividad turística del humedal, incrementando la satisfacción de los visitantes y promoviendo su retorno.

Comprender estas percepciones permitirá a las autoridades locales, así como a los gestores y operadores del sector turístico, tomar decisiones orientadas a elevar la calidad de los servicios ofrecidos y mejorar las estrategias de promoción y comunicación del destino. De este modo, será posible reforzar la competitividad turística del humedal de Huasao, aumentar la satisfacción de los visitantes y estimular su regreso.

Del mismo modo, esta investigación contribuirá al fortalecimiento de la economía local mediante un enfoque de turismo sostenible, generando fuentes de empleo e ingresos para la población. A su vez, una mejora en la percepción que tienen los visitantes favorecerá la protección del humedal, impulsando conductas responsables y promoviendo una mayor conciencia ambiental tanto en los residentes como en quienes lo visitan.

1.6. Marco teórico y conceptual

1.6.1. Antecedentes del estudio

Antecedentes a nivel internacional

Egresi y Lahiru (2021) en su investigación científica titulada "¿Qué influye en el apoyo al turismo de humedales? Un estudio de caso de Sri Lanka 2021" el cual tuvo como objetivo investigar los principales factores que influyen en el apoyo de los residentes al desarrollo turístico en el contexto del turismo de humedales. El estudio se llevó a cabo en una de las zonas de humedales más extensas de Sri Lanka, situada cerca de la capital, Colombo. El principal instrumento de recopilación de datos fue una encuesta aplicada tanto a los residentes que viven dentro del humedal de Muthurajawela como a los que viven fuera, pero en las proximidades del humedal. Los datos recopilados se procesaron, evaluaron y explicaron posteriormente mediante SPSS 26. Además de la estadística descriptiva, se empleó una regresión logística binomial para comprender qué factores influyen en las actitudes de los residentes hacia el

futuro desarrollo turístico. El estudio reveló que seis factores podrían predecir el apoyo al desarrollo turístico: género, edad, empleo (relacionado o no con el turismo), residencia (dentro o fuera del humedal), interacción con los turistas y satisfacción con el nivel actual de desarrollo turístico. Los resultados se analizaron a la luz de la literatura existente y se reconocieron las limitaciones.

Deslinde: Se toma como antecedente la investigación de Egresi y Lahiru (2021) porque, aunque se centra en la percepción de los residentes, proporciona un valioso marco de análisis sobre los factores sociales y turísticos que influyen en el desarrollo del turismo en humedales, un entorno natural similar al del humedal de Huasao. Su enfoque cuantitativo, el uso de encuestas y el análisis estadístico permiten comprender cómo variables como la interacción con los visitantes, la satisfacción con los servicios y el contexto territorial afectan el apoyo al turismo. Estos elementos guardan estrecha relación con el estudio de la percepción del turista, ya que evidencian la importancia de las experiencias, las condiciones del entorno y la planificación turística en la consolidación de un destino sostenible. Por tanto, esta investigación fortalece la base teórica y comparativa para analizar la percepción del turista en nuestro caso de estudio.

Marín y Hernández (2016), en su investigación titulada “Percepciones sobre servicios ambientales y pérdida de humedales arbóreos en la comunidad de Monte Gordo, Veracruz, México”, el cual tuvo como objetivo principal indagar las percepciones de los habitantes de Monte Gordo, Veracruz sobre los servicios ambientales que proveen los humedales arbóreos. Se recogieron opiniones de actores clave de la comunidad a través de entrevistas semiestructuradas. La información recopilada fue contrastada con las percepciones obtenidas durante una prueba piloto, en la que participaron representantes de la población económicamente activa (PP) y jóvenes en edad escolar (PE). Estas percepciones se organizaron también según la variable generacional. El análisis abarcó tanto a jóvenes como adultos,

revelando que las opiniones sobre los servicios ambientales de los humedales como el hábitat de fauna silvestre y los tratamientos naturales del agua y sobre su uso, por ejemplo, como zonas de depósito de residuos mostraron diferencias marcadas entre los grupos del PP y PE, así como entre generaciones. Según los entrevistados, los principales beneficios ambientales que ofrecen los humedales incluyen la provisión de alimentos, el suministro de materiales para la construcción y su valor como recurso turístico. No obstante, el rol de los humedales en la protección frente a inundaciones y en la defensa de zonas costeras no fue claramente identificado. La desaparición de humedales fue percibida como un problema creciente a lo largo del tiempo dentro de la comunidad. Aunque su causa y relevancia a nivel local fueron entendidas de manera distinta por los participantes, todos coincidieron en que las actividades humanas tienen un impacto significativo. Los bienes alimenticios y otros servicios derivados de los humedales son considerados responsabilidad compartida, por lo que se evidenció la necesidad de impulsar acciones locales colectivas. Estas acciones deben involucrar a los residentes del área, autoridades locales y propietarios de tierras en zonas altas, ya que las actividades desarrolladas por estos también influyen en la situación actual de los humedales de Monte Gordo.

Deslinde: Se tomo en consideración la investigación antes mencionada debido a que ya que permite comprender cómo las percepciones sobre los humedales varían según las características de los actores sociales y sus vínculos con el territorio. Aunque el estudio se enfocó en la percepción de los pobladores locales, aporta elementos clave para analizar cómo las valoraciones subjetivas influyen en la relación con estos ecosistemas, especialmente en su reconocimiento como atractivos turísticos. Esta referencia respalda nuestro interés por estudiar la percepción del turista en el humedal de Huasao, entendiendo que dicha percepción no solo condiciona la experiencia individual del visitante, sino que también puede orientar estrategias

de manejo y conservación, así como el desarrollo de un turismo que sea aún más sostenible y que involucre activamente a la comunidad local.

Antecedentes a nivel local.

Terrazas (2020), en su tesis titulada "Análisis de la actividad turística del humedal de Huasao – distrito de Oropesa, Cusco 2020", tuvo como objetivo analizar dicha actividad en el humedal de Huasao con el fin de evaluar si la actividad realizada es la adecuada, sobre todo porque los humedales se encuentran entre los ecosistemas más productivos del mundo ya que proporcionan una diversidad de servicios ecosistémicos. La investigación adoptó un enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo y no experimental, utilizando una muestra no probabilística. Se halló que el 60.1% de los encuestados considera adecuado el acceso libre de los visitantes al humedal. Asimismo, el 59.6% opinó que las visitas orientadas a la observación de la naturaleza en este entorno son apropiadas, en tanto que reconocen la riqueza biológica del lugar como su principal valor. No obstante, el 30.5% indicó que la observación de flora no se realiza adecuadamente. En relación con la fauna, los resultados fueron similares: un 41.5% de los participantes afirmó que la observación no es adecuada, y otro 41.5% opinó lo contrario. Como resultado, se concluye que la actividad turística desarrollada en el humedal aún presenta deficiencias, ya que no cumple de manera óptima su rol educativo y de conservación, especialmente en lo que respecta a la protección y observación de la biodiversidad. El humedal tiene un gran potencial para contribuir al desarrollo local sin comprometer la integridad del ecosistema. Por ello, esta investigación propone un modelo de gestión sostenible que contemple la mejora de la señalización, la elaboración de un plan de manejo para las especies sensibles y migratorias, y la ejecución de campañas de sensibilización dirigidas a los visitantes.

Deslinde: La presente investigación se considera pertinente, ya que permite comprender de manera empírica la situación actual de la actividad turística en el humedal de Huasao, desde una perspectiva cuantitativa. Su valor radica en que analiza directamente

aspectos como la infraestructura de acceso y la percepción de los visitantes sobre la observación de flora y fauna, elementos que constituyen parte fundamental de los atractivos naturales del destino. Los resultados evidencian limitaciones en la experiencia de contacto con la biodiversidad y deficiencias en la observación de especies, lo cual respalda la necesidad de estudiar la percepción del turista de forma más completa. Asimismo, se plantean acciones específicas como la implementación de señalización ecológica y programas de sensibilización ambiental, alineadas con los principios del turismo responsable y sostenible, los cuales sustentan también el enfoque adoptado en esta tesis. En su conjunto, este estudio fortalece la base teórica para investigar cómo la percepción del visitante se ve influida por las condiciones naturales del entorno y cómo esto incide en la sostenibilidad y en la calidad de las actividades turísticas desarrolladas en el humedal de Huasao.

Uñapillco (2022), en su tesis titulada “Calidad de los servicios turísticos y el grado de satisfacción del visitante en el parque temático Los Humedales de Huasao, Cusco 2022”, tuvo como finalidad analizar la calidad del servicio turístico y el nivel de satisfacción de los visitantes en dicho parque temático, ubicado en la provincia del Cusco. El problema central identificado por el autor radica en que actualmente este espacio no cuenta con una infraestructura pública adecuada, lo cual representa un obstáculo para quienes lo visitan. En el contexto actual, el turismo se ha consolidado como un eje relevante para la economía, por lo que garantizar servicios turísticos de calidad es esencial para lograr que los turistas, tanto nacionales como extranjeros, recomienden el lugar, fortaleciendo así su fidelización. Este estudio adoptó una metodología descriptiva correlacional, con diseño no experimental y enfoque cuantitativo. La hipótesis planteada fue que la calidad del servicio incide de forma positiva en la satisfacción del visitante en el parque temático de los humedales de Huasao. Para ello, se consideró la teoría de la calidad, la cual destaca por su relación con la atención al cliente, la actitud del personal, el estado de las instalaciones y los procesos de trabajo orientados

a cumplir las expectativas de los usuarios. También se tuvo en cuenta que el Perú es un país que recibe una gran cantidad de turistas cada año y que posee una amplia oferta de atractivos y productos turísticos diseñados para atender diversas necesidades de ocio. En ese sentido, esta investigación busca identificar las principales deficiencias del parque temático y proponer soluciones concretas para su mejora.

Deslinde: La presente investigación contribuye significativamente al presente estudio porque aborda de manera directa la calidad de los servicios turísticos y su relación con la satisfacción del visitante en el mismo contexto geográfico: el parque temático Humedales de Huasao, en la provincia del Cusco. Su enfoque metodológico cuantitativo y correlacional, así como el análisis específico sobre las deficiencias en infraestructura y atención al cliente, aportan evidencia concreta sobre las limitaciones que afectan la experiencia del visitante. Además, al aplicar teorías vinculadas a la calidad del servicio y la gestión de productos turísticos, esta investigación permite comprender cómo la percepción del turista se forma a partir de la interacción con el entorno, el personal y las condiciones del destino. En ese sentido, refuerza la importancia de elevar los estándares de calidad y mejorar los elementos tangibles e intangibles del servicio como vía para incrementar la satisfacción, fidelización y recomendación del destino. Por tanto, sus hallazgos ofrecen un referente local relevante y complementario para profundizar en el análisis de la percepción del turista, variable central de la presente investigación.

1.7. Bases teóricas

1.7.1 Teoría de la imagen turística de Gunn

La teoría de la imagen turística desarrollada por Gunn (1972) constituye uno de los principales aportes fundamentales para el estudio de la percepción del turista y la construcción de la imagen de un destino, el modelo explica como los visitantes generan una representación mental del lugar de visita, así como durante y después del viaje plantea que esa imagen influya

significativamente en el comportamiento turístico siendo esta especialmente en la motivación para viajar, la evaluación de la experiencia y la intención de retorno.

Formación de la imagen turística según Gunn

Gunn plantea que la imagen turística se ve desarrolla a partir de la interacción entre las fuentes de información y las experiencias personales, las mismas que se agrupan en dos categorías principales:

Imagen orgánica: es aquella donde el individuo forma de manera individual sin intervención directa de los actores turísticos, la misma que surge de fuentes cotidianas como:

- Conocimientos previos adquiridos en la escuela.
- Contenidos mediáticos como las noticias, documentales y redes sociales.
- Opiniones de amigos o familiares.
- Representaciones culturales y sociales.
- Experiencias personales y acumuladas.

Dicha imagen se caracteriza por ser espontanea, general y a menudo poco precisa dado que se construye antes de que el turista tenga contacto directo con el destino, esta primera impresión es importante porque constituye la base sobre la cual el individuo compara información posterior, así como los destinos con poca difusión que suelen tener imagen orgánica débil la misma que afecta la motivación

Imagen inducida: La imagen inducida se forma a partir de información diseñada deliberadamente por organismos turísticos, empresas privadas u otros actores que buscan influir en la percepción del visitante.

- Esta imagen proviene de:
- campañas promocionales
- publicidad audiovisual

- páginas web oficiales
- redes sociales administradas por el destino
- folletos, afiches y material informativo
- branding territorial y estrategias de marketing turístico.

A diferencia de la imagen orgánica, la imagen inducida es controlada, planificada y orientada, y su propósito es construir un posicionamiento favorable del destino. Para Gunn, esta imagen tiene una influencia directa en las expectativas que el turista desarrolla antes de viajar, condicionando su disposición emocional hacia el lugar.

El proceso de la evolución de la imagen turística

Gunn plantea que la imagen del destino no es estática, sino que se transforma en etapas durante el proceso de viaje.

Este proceso incluye:

- Acumulación de la imagen orgánica.
- Modificación mediante la imagen inducida.
- Visita al destino y experiencia directa.
- Comparación entre expectativas y realidad.
- Reajuste de la imagen final.

El resultado de este proceso es una imagen compleja, construida tanto por percepciones previas como por la experiencia real vivida por el turista. Esta imagen final influye en la satisfacción, en la recomendación del destino y en la intención de retorno.

Importancia de la experiencia real en la imagen el destino

Uno de los aportes más importantes de Gunn es la afirmación de que la experiencia directa es la única fuente realmente capaz de reconfigurar la imagen del turista. Así, si la experiencia supera las expectativas, la imagen final será positiva; si no, se generará una imagen negativa o desajustada.

La experiencia real está influida por:

- calidad del servicio
- infraestructura
- trato al visitante
- gestión del recurso natural
- accesibilidad
- seguridad
- estética del paisaje
- autenticidad cultural.

Para Gunn, esta experiencia vivida es la base para la imagen reflexiva, aquella que el turista comparte con otros mediante recomendaciones o críticas, y que influye a su vez en la imagen orgánica de futuros visitantes.

1.7.2 Modelo de Imagen del Destino de (Echtner & Ritchie, 1993)

La teoría de la imagen del destino desarrollada por Echtner y Ritchie (1991, 1993, 2003) constituye uno de los marcos conceptuales más influyentes en los estudios de percepción turística. Su aporte principal radica en la comprensión integral de la imagen del destino, la cual no se limita únicamente a características físicas, sino que combina elementos cognitivos, afectivos y holísticos que dan forma a la valoración subjetiva del turista.

Este modelo se enfoca en cómo las personas piensan, sienten e interpretan un destino, mostrando que la imagen es una construcción compleja que va más allá de los atributos tangibles del lugar.

Dimensiones fundamentales del modelo

Echtner y Ritchie proponen que la imagen del destino se estructura en tres grandes dimensiones:

- Funcional

- Psicológica
- Holística

Estas dimensiones permiten analizar de manera completa cómo el turista percibe un lugar antes, durante y después de la visita.

a) Dimensión funcional

La dimensión funcional se refiere a los atributos tangibles y observables del destino. Incluye características físicas que el turista puede evaluar objetivamente, tales como:

- calidad de la infraestructura turística
- accesibilidad al destino
- servicios disponibles
- seguridad
- limpieza del entorno
- precios y estructura económica
- oferta de actividades recreativas.

Esta dimensión responde a la pregunta:

"¿Qué ofrece el destino de forma concreta y medible?"

b) Dimensión psicológica

La dimensión psicológica se vincula con los aspectos subjetivos, intangibles y emocionales del destino. Incluye las percepciones vinculadas a:

- autenticidad cultural
- hospitalidad y amabilidad percibida
- tranquilidad o ambiente relajante
- sensación de seguridad
- identidad del lugar
- conexiones emocionales.

Es decir, esta dimensión se relaciona con cómo se siente el turista en el destino y cuál es la impresión emocional que experimenta. Estos elementos son determinantes para generar satisfacción y lealtad turística.

c) Componentes holísticos

Además de los atributos específicos, Echtner y Ritchie sostienen que los turistas desarrollan una imagen global o holística, que es la impresión total que tienen del destino. Este componente no se centra en aspectos aislados, sino en una idea general, integrada y global que resume la experiencia.

La imagen holística puede ser positiva o negativa y es altamente influyente en la intención del turista de recomendar, volver o no regresar. Se forma a partir de un conjunto de percepciones cognitivas y afectivas, pero se manifiesta como una visión global del destino.

1.7.3. Percepción del turista

La percepción se define como el proceso mediante el cual las personas estructuran e interpretan los estímulos sensoriales que reciben, otorgándoles significado en relación con su entorno. En el contexto del turismo, este concepto se vincula con la manera en que los visitantes comprenden y valoran las acciones de gestión relacionadas con la planificación, los servicios ofrecidos y la promoción del destino (Contreras & Rubio, 2024).

La percepción del turista se define como la construcción mental que realiza el visitante sobre un destino turístico en función de la información recibida y su experiencia personal, la calidad de los servicios, los atractivos naturales y culturales y las interacciones durante sociales durante su estadía. Esta percepción influye en su nivel de satisfacción, intención de retorno, recomendación del destino (López & Ramírez, 2020).

De acuerdo con López y Montesdeoca (2021) la percepción del turista se concibe como un conjunto de elementos subjetivos, tales como valores, creencias, actitudes, atributos, experiencias, motivaciones y preferencias, los cuales intervienen en la construcción de la

imagen que la visitante forma sobre un destino turístico. Esta percepción está influenciada por factores internos, como las emociones, expectativas y motivaciones personales, así como por factores externos relacionados con la seguridad, la infraestructura y el entorno sociocultural. Todo ello se refleja en cómo el turista valora, elige y evalúa su experiencia de viaje.

Asimismo, la Organización Mundial del Turismo afirma que es importante comprender la importancia de la percepción de los visitantes, la misma que está conformada por valores, creencias, actitudes, experiencias y preferencias que forman parte de la imagen que se construye del destino y condicionan su comportamiento (Organización mundial del turísmo, 2022).

1.7.4 Dimensiones de la percepción del turista

A. Información recibida

Esta dimensión se refiere a la forma en que los turistas acceden, interpretan y valoran la información relacionada con el destino antes, durante y después de su visita. Incluye aspectos como la señalización, la orientación en el lugar, la promoción turística y la disponibilidad de contenido cultural y educativo. Una información clara y accesible puede influir positivamente en la experiencia del turista, mientras que la falta de información o su presentación deficiente puede generar confusión y afectar negativamente su percepción del destino (López & Montesdeoca, 2021)

B. Servicio turístico

Esta dimensión evalúa la percepción del turista sobre los servicios ofrecidos en el destino, tales como transporte, alimentación, servicios higiénicos, atención del personal, entre otros. La calidad de estos servicios es un determinante fundamental de la satisfacción del visitante y puede influir en su decisión de regresar o recomendar el destino. Aspectos como la amabilidad del personal, la limpieza de las instalaciones, la disponibilidad de servicios y el cumplimiento de las expectativas son esenciales en esta evaluación (Contreras & Rubio, 2024).

1.7.5. Actividad turística

Asimismo, Oviedo et al. (2020) la importancia de la actividad turística en base a la recuperación del patrimonio material permiten que vaya en aumento el cual el punto de vista es favorable para las ciudad o la comunidad, ya que se orienta hacia la utilización y la mono funcionalización turística, lo que implica, por un lado, la segregación de sectores populares que quedan marginados de las posibilidades de acceso a los bienes inmuebles debido a su limitado poder adquisitivo.

Según Gurria (1991) El turismo debería ser una actividad que permita a las personas distanciarse de su rutina laboral diaria, especialmente cuando esta se vuelve alienante. Además, debería ofrecer un respiro de la vida familiar o social, que a veces puede volverse tan monótona y carente de estímulos que las personas necesitan buscar una forma de escape o una permuta. para así no llegar a conductas antisociales o vicios ya sea el alcoholismo, drogadicción y actividades delictivas. Dicho de otro modo, toda evasión o cambio de manera no voluntaria no llega a concretar la manifestación del individuo.

Es la acción del turista que hace que la experiencia de turismo se concrete. Es el motivo de su travesía y la razón por la cual es necesario que le brinden los servicios de turismo. (OMT, 2011).

Para Santamaría y López (2019), el turismo es considerado una de las actividades más rentables a escala global y uno de los sectores económicos con mayor expansión. En consecuencia, genera diversos beneficios para las comunidades. No obstante, si bien contribuye al fortalecimiento cultural, también puede ocasionar la pérdida de tradiciones locales. Además, el turismo ejerce una notable influencia en las transformaciones culturales de las personas, y este efecto tiende a intensificarse cuando los periodos de estancia son más prolongados.

Tabla 1

Principales actividades turísticas

Tipo de actividad turística	**Actividades**

Actividades de turismo de aventura y naturaleza	• Campamento • Montañismo • Escalada en roca • Alpinismo sobre superficies heladas • Ciclismo en terrenos montañosos • Motocross • Canoping • Parapente • Ala delta • Paracaidismo • Puenting • Sandboard • Snowboard • Sky sobre hielo • Sky acuático
Actividades acuáticas y deportivas	• Pesca deportiva • Pesca de altura • Pesca submarina • Remo • Kayak / Cayac • Motonáutica • Vela / Windsurf • Surf (tabla hawaiana) • Paseo en bote • Paseo en caballito de totora • Natación
Actividades culturales y patrimoniales	• Visita a comunidades nativas • Visita a sitios arqueológicos • Visita a inmuebles históricos • Exhibición de danzas tradicionales • Presentación de bailes típicos • Adquisición de productos artesanales
Actividades de observación e interpretación	• Exploración del entorno natural • Observación de flora y fauna silvestre • Avistamiento de aves • Fotografía profesional • Estudio o investigación
Actividades recreativas complementarias	• Paseo en pedilones • Paseo a caballo • Sobrevuelo en aeronave • Otros

Nota: Adaptado de MINCETUR (2011)

Transporte Turístico.

Baca (2013) menciona que es el elemento o recursos que establecen el origen de la distribución en el espacio que tiene como consecuencia los paseos turísticos, denominados de esta manera, turismo activo, pasivo o internalizado. Los medios de transporte posibilitan al

turista moverse desde su sitio inicial al sitio final, donde tiene como objetivo disfrutar del lugar que influyo en las ganas de viajar. Estos medios de desplazamiento posibilitan el ingreso al lugar deseado, y es posible que sean acuáticos, terrestres, aéreos o espaciales.

Servicio Turístico.

Alude al grupo de acciones que están claramente diferenciadas entre ellas, sin embargo, están íntimamente relacionadas, funcionan en forma de armonía y en conjunto con el fin de atender las necesidades de servicios que se presentan según el carácter socioeconómico de una determinada corriente de turismo. (Ramirez Cavassa, 2015)

Observación flora y fauna.

Aventure (2023) a pesar de que quizás puedan parecer ligeramente menos emocionantes que ciertas actividades que se realizan en el turismo tradicional, las actividades de observación en el ecoturismo en los últimos años han adquirido una gran popularidad entre los viajeros que tienen atracción por la naturaleza y la preservación del medioambiente. Hay muchos tipos de vista que se pueden distinguir, por ejemplo, la observación de la fauna y la flora:

- Al realizar actividades de observación de fauna, los turistas tienen la oportunidad de explorar espacios que ofrecen condiciones adecuadas para este tipo de experiencia. Esta práctica también se considera una forma de recreación, especialmente para quienes se inician en el turismo de naturaleza, ya que les permite contemplar la vida silvestre en su entorno natural, sin intervención de elementos artificiales. Esta conexión directa con el medio genera un interés especial, lo que explica su gran aceptación entre los visitantes.
- En relación con la observación de la flora, sucede algo muy similar, sin embargo, en esta ocasión la atracción de los viajeros es en zonas en donde la diversidad de plantas es mayor en cualquiera de sus manifestaciones.

Mori (2021) señala que la observación de flora y fauna constituye una actividad recreativa que se desarrolla en escenarios naturales, donde los visitantes tienen la posibilidad de admirar la diversidad de especies vegetales y animales en su entorno original, sin generar alteraciones. Esta práctica se lleva a cabo a lo largo de todo el recorrido, aprovechando las condiciones propias del paisaje. Se trata de una forma de recreación que brinda a los turistas, especialmente a quienes se inician en este tipo de experiencias, la oportunidad de conectarse con la naturaleza, observar la vida silvestre y la vegetación sin recurrir a medios artificiales.

Servicios.

Un producto comercializable de forma aislada; es decir, es un producto intangible que no se puede tocar, sostener, sentir o experimentar en general antes de la compra, pero que puede proporcionar una sensación de satisfacción que compensa la inversión en la comercialización de los deseos y necesidades del cliente. El servicio son las acciones, procesos y ejecución que se toma para fidelizar al cliente. Servicio no solo se puede entender como la empresa que contiene ya que es una empresa de productos, el servicio es una parte integral del producto. Este servicio puede percibirse a través del empaque, la calidad del producto y la interacción entre el vendedor y el cliente. Por eso, a menudo escuchamos la frase “los bienes proporcionan servicios" (Rathmell, 1974).

Peña et al. (2022) indican que la calidad en la prestación de servicios hace referencia a cualquier acción o beneficio ofrecido entre partes, caracterizándose por su naturaleza intangible y por no implicar la transferencia de propiedad sobre un bien material. La entrega de estos servicios puede estar relacionada o no con un producto físico.

La capacidad para coordinar y supervisar las funciones y responsabilidades dentro de una organización permite anticiparse a los problemas y alcanzar los objetivos propuestos. Una gestión administrativa eficiente contribuye a generar resultados positivos para la entidad, al prepararla y organizarla con antelación, tomando en cuenta todos los recursos y procedimientos necesarios para cumplir sus metas y minimizar dificultades.

Gutiérrez (2022) señala que las organizaciones emplean distintos métodos y procedimientos con el fin de hacer un uso eficiente de los recursos humanos, financieros y materiales. Estos recursos deben alinearse con los objetivos institucionales, y es responsabilidad de la gestión administrativa garantizar su utilización de forma articulada y eficaz. Para ello, es necesario estructurar funciones clave como la planificación, organización, dirección, coordinación y control.

Expectativa.

Por expectativa nos referimos a pensar de antemano sobre cómo será algo, o cómo será una determinada experiencia, o cuál es la probabilidad de que algo realmente suceda. Las expectativas se basan principalmente en imágenes y en parte en expresiones verbales o hechos simples. (Gisolf, 2010)

Lobos (2022) uno de los modelos teóricos más ampliamente aceptados para evaluar las expectativas se aplica el Modelo de Aceptación Tecnológica, desarrollado. Este modelo busca comprender y explicar los factores que influyen en la aceptación o rechazo de una tecnología por parte de los estudiantes. Se basa en la Teoría de la Acción Razonada que sostiene que el comportamiento humano está influenciado por las actitudes, creencias y evaluaciones de los individuos hacia dicho comportamiento.

Vanegas et al. (2022) una expectativa se refiere a la posibilidad de que algo ocurra, y cuando enfrentamos situaciones donde debemos tomar decisiones y desconocemos cómo responderán otras personas, tendemos a basarnos en nuestras expectativas sobre lo que harán. Este estudio se centra en la expectativa sobre el comportamiento ambiental de otras personas, entendida como la probabilidad anticipada de que los demás actúen en beneficio o perjuicio del medio ambiente. Se tomó como base la variable de expectativa de cooperación de terceros para reflejar la idea de que las decisiones individuales están influenciadas por lo que se espera que otros hagan. En este sentido, se identificó que dicha variable fue el principal determinante para distinguir entre consumidores ecológicos y no ecológicos, llegando a la conclusión de que quienes adoptan comportamientos verdes tienden a actuar cooperativamente al asumir que los demás harán lo mismo.

Conservación.

Uicn et al. (1980) Su reseña a la gestión del uso de la biosfera por parte del ser humano de manera que genere el máximo beneficio sostenido para las generaciones presentes, al mismo tiempo que conserva su capacidad para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras.

Ibáñez y Molina (2022) destacan que la protección de la biodiversidad a escala global es de suma importancia, especialmente en zonas de alto valor ecológico, como las áreas naturales protegidas que albergan una gran diversidad de especies y ecosistemas. En este contexto, resulta esencial promover un desarrollo urbano que sea compatible con la conservación biológica. Este enfoque busca no solo proteger y restaurar los ecosistemas terrestres, sino también fomentar su uso sostenible, detener la degradación del suelo y reducir la pérdida de biodiversidad.

Díaz et al. (2022) con el paso del tiempo, el concepto de conservación y sus temas relacionados han evolucionado, incorporando nuevas perspectivas que incluyen las interacciones entre ellos, así como la participación de la sociedad, aspectos culturales y la actividad productiva. Estos cambios se reflejan en las nuevas prácticas educativas y enfoques ambientales, que consideran estas relaciones más amplias para abordar de manera integral los desafíos ambientales y promover un desarrollo sostenible.

Visitante.

Una persona que viaja a un lugar diferente al que normalmente reside, y cuyo propósito principal del viaje no es realizar una actividad que le genere ingresos en el destino visitado.

a) Turista: Una persona que decide viajar dentro de su propio país o a otro diferente al que reside habitualmente, permaneciendo al menos una noche y no más de un

año, y cuyo objetivo principal no es realizar una actividad remunerada en el lugar visitado.

b) Excursionista: Una persona que se desplaza a un lugar diferente al de su morada habitual, por un periodo menor a 24 horas sin pasar la noche, y cuyo propósito principal no es realizar una actividad remunerada en el destino visitado. (MINCETUR, 2011)

En este contexto, Salazar (2022) el término "visitante" se refiere a cualquier persona que interactúa con un museo, ya sea de manera actual, potencial o incluso aquellos que aún no forman parte de la audiencia del museo. Los visitantes son aquellos que tienen interés en los servicios, exposiciones o actividades que ofrece el museo. Esto incluye tanto a los visitantes que actualmente frecuentan el museo, como a aquellos que podrían estar interesados en visitarlo en el futuro, así como a aquellos que aún no han considerado la posibilidad de visitarlo. Entender las necesidades, intereses y comportamientos de estos visitantes es fundamental para una gestión museológica efectiva y para proporcionar experiencias enriquecedoras y relevantes.

El visitante, como señala Naranjo (2022) en el contexto de la gestión ambiental del Parque, es el individuo que acude al área de uso público con el propósito de disfrutar de la naturaleza y participar en actividades ecoturísticas. Este visitante es fundamental en el enfoque del Parque hacia la sostenibilidad y la conservación, ya que sus acciones y comportamientos pueden tener un impacto significativo en el entorno natural. Por lo tanto, la gestión ambiental del Parque se centra en garantizar una experiencia positiva para el visitante al tiempo que se promueve la protección del medio ambiente. Esto implica no solo facilitar actividades recreativas en armonía con la naturaleza, sino también educar al visitante sobre la importancia de preservar los recursos naturales y fomentar prácticas responsables durante su estadía. El estudio de mercado y la comprensión de las preferencias del visitante son herramientas clave

para adaptar las ofertas ecoturísticas y satisfacer las necesidades de este público, al mismo tiempo que se promueve un turismo más consciente y sostenible.

1.7.6 Dimensiones de la actividad turística.

A. Demanda.

Está conformada por quienes consumen actualmente, así como por aquellos que podrían demandar bienes y servicios vinculados al turismo. Según Suárez (2019), la demanda turística incluye tanto a los turistas como a los excursionistas. La demanda está constituida por el grupo de individuos que actualmente adquieren o que potencialmente podrían adquirir productos y servicios turísticos, representa un componente esencial en la dinámica del mercado turístico. Esta no solo incluye a los turistas actuales, sino también a aquellos potenciales que muestran interés en viajar, condicionados por factores como el nivel de ingreso, el tiempo libre disponible, las motivaciones personales y las tendencias socioculturales. Además, la demanda turística es altamente sensible a variables externas como la seguridad, la estabilidad política, las condiciones sanitarias y la promoción del destino. Comprender a profundidad las características y comportamientos de esta demanda permite a los prestadores de servicios turísticos diseñar productos más atractivos, adaptados a las necesidades y expectativas de los diferentes segmentos del mercado (Larrea & Zambrano, 2021).

Cándano y Gómez (2023) se coincide con la idea de que los turistas prefieren destinos que no comprometan su estabilidad económica ni su seguridad personal, y donde los gobiernos implementen medidas de seguridad para ciudadanos y visitantes. Además, prefieren destinos que no requieran largos desplazamientos para llegar. La búsqueda de soluciones alternativas, como el turismo local, puede estimular las economías nacionales y evitar una completa inactividad en el sector turístico.

B. Oferta.

La oferta turística está compuesta por un conjunto de bienes, servicios y entidades que participan en la actividad turística, siendo el fundamento sobre el cual se configura la vivencia del visitante. Esta oferta abarca desde los recursos culturales y naturales, hasta la infraestructura necesaria como hospedajes, transporte, alimentación, actividades recreativas y otros servicios complementarios que facilitan el desarrollo del turismo. La calidad, accesibilidad, capacidad de innovación y sostenibilidad de dicha oferta son factores determinantes para incrementar la competitividad del destino. Igualmente, la articulación entre los actores públicos y privados que integran dicha oferta es clave para lograr una gestión eficaz y brindar una experiencia satisfactoria al visitante, lo que favorece su fidelización y la difusión del destino a través de recomendaciones directas o plataformas digitales (Larrea & Zambrano, 2021).

Baullo (2006) está compuesta por los servicios que brindan los componentes de del lugar turístico, como también de algunos objetos no relacionados con la actividad turística, los que se comercializa a través de un sistema turístico, puesto que en el último nivel el que planifica la clase de un objeto es el sistema productor y no el consumidor.

García et al. (2023) la comercialización del turismo representa un desafío debido a la necesidad de generar experiencias emocionales sin promover la práctica, aumentar el sufrimiento o convertir la historia y las víctimas en objetos mercantiles durante su gestión:

- La oferta Turística genera diversificar la economía de las áreas vitivinícolas.
- Mejorar las infraestructuras cercanas a la oferta turística.
- Generar riqueza mediante actividades relacionadas con la producción de vino.
- Aumentar el número de turistas en las regiones vinícolas donde se implementa esta oferta.

C. Espacio geográfico.

La base física donde tiene lugar el encuentro entre la oferta y la demanda, donde se sitúa la población residente, que en principio no es en sí misma un elemento turístico, se considera un factor de cohesión según se haya tenido o no en cuenta a la hora de planificar la actividad turística (Suarez, 2019).

El espacio geográfico puede entenderse como el territorio estructurado por una sociedad, es decir, una superficie en la que conviven distintos grupos humanos que establecen vínculos con el entorno natural, especialmente al momento de planificar actividades relacionadas con el turismo. Este espacio no solo se limita a una dimensión física, sino que también incorpora elementos sociales, económicos, culturales y simbólicos que le otorgan identidad y valor. En el contexto del turismo, el espacio geográfico se convierte en escenario y recurso al mismo tiempo, albergando atractivos turísticos y estructuras necesarias para la recepción de visitantes. Su planificación y ordenamiento territorial resultan cruciales para garantizar un desarrollo sostenible que equilibre la conservación del entorno con las demandas del turismo, promoviendo así una convivencia armónica entre residentes y turistas (Larrea & Zambrano, 2021).

D. Operadores del mercado.

Los operadores turísticos actúan como intermediarios clave entre el turista, considerado consumidor final, y los productos o servicios turísticos Suarez, (2019). Estos operadores del mercado están conformados por empresas y entidades cuya labor principal consiste en facilitar la conexión entre la oferta disponible y la demanda existente. Cumplen un rol fundamental en asegurar el funcionamiento integral del sistema turístico. Dentro de este grupo se encuentran las agencias de viajes, tour operadores, plataformas digitales, guías turísticos y organismos de promoción, los cuales desempeñan una labor estratégica al vincular directamente a los visitantes con los diversos servicios y productos que ofrece un destino.

Más allá de la promoción y venta de la oferta turística, estos intermediarios también intervienen en procesos esenciales como la construcción de confianza del cliente, la gestión eficiente de información, y el diseño de experiencias de valor personalizado, fortaleciendo así la calidad del servicio ofrecido (Larrea & Zambrano, 2021).

1.7.7. Teorías específicas o micro teorías

A. Teoría de la motivación del consumidor en el turismo

Dias y Cassar (2005), las vivencias pasadas, el estilo de vida, la esencia y la figura que se aspira a parecer pueden generar en las personas diferentes incentivos para comprar productos y servicios. Además, la compra del proceso es el producto de varias razones interconectadas que están sujetas a la evolución de cada uno de los individuos y que, para algunos, llega a un estado único.

De acuerdo con Cristancho y Cancino (2023) a motivación cumple un rol clave en la disposición de los consumidores para involucrarse de forma constante en comunidades virtuales relacionadas con marcas. Esta motivación también incide directamente en la continuidad de su participación. La literatura revisada expone diversas razones por las que una persona decide integrarse a una comunidad de marca; entre ellas, la emoción representa un motor importante. Aunque el beneficio económico suele destacarse, también se valora el sentido de pertenencia que surge al formar parte del grupo. Asimismo, otras investigaciones identifican ventajas tanto sociales como económicas derivadas de la interacción entre los miembros, incluyendo beneficios funcionales, emocionales, sociales, psicológicos y hedonistas, los cuales abarcan aspectos como el acceso a información valiosa, las dinámicas de interacción y la forma en que las personas se representan a sí mismas dentro de la comunidad.

Sin embargo, Ninco y Triana (2022) mencionan que existen factores que pueden generar una falta de motivación para practicar el consumo responsable y, por consiguiente, el reciclaje, a pesar de los esfuerzos de sensibilización y educación llevados a cabo tanto por las

marcas como por los gobiernos para fomentar la separación adecuada de residuos. La pereza para separar la basura o la falta de incentivos adecuados pueden actuar como barreras para adoptar este hábito, al igual que la limitación de tiempo y espacio disponible para reciclar.

B. Teoría del turismo sostenible

El turismo sustentable es una categoría de turismo ambientalmente responsable que se caracterizan por viajar o visitar áreas naturales con el fin de deleitarse y tomar conocimiento de los atractivos naturales y de cualquier otra manifestación cultural, presente o pasado a través de un procedimiento que apoya la preservación del medio ambiente, tiene un bajo efecto sobre el mismo y apoya la participación de los habitantes en actividades económicas de manera positiva para los territorios (Lascurain , 2019).

Monsalve et al. (2023) explican que el turismo sostenible implica generar impactos positivos y reducir los efectos adversos en los ámbitos ambiental, sociocultural y económico. Esta forma de turismo se impulsa como una vía para fomentar el crecimiento económico, favorecer la inclusión social y preservar el entorno natural, teniendo un papel clave en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El desarrollo sostenible, en este sentido, se entiende como una alternativa que responde a la estrecha conexión entre la naturaleza y la vida humana, así como su progreso. Su propósito central es proyectar un futuro en el que las necesidades esenciales de las personas puedan ser atendidas sin poner en riesgo los ecosistemas de los cuales depende nuestra existencia.

López (2023) indica que el acelerado crecimiento del turismo en los últimos años ha generado impactos en los destinos, como desplazamientos, alteraciones socioculturales y daños al medio ambiente. Según la Organización Mundial del Turismo, esta actividad debe asumirse como una vía para el desarrollo sostenible, orientada a responder tanto a las necesidades de los visitantes como a las de las poblaciones locales, promoviendo oportunidades a futuro y protegiendo los recursos disponibles. Esta visión apuesta por una gestión equilibrada que

permita satisfacer los requerimientos ecológicos, sociales y culturales, asegurando la conservación de la diversidad biológica, los procesos ecológicos fundamentales y los valores culturales. La sostenibilidad en el turismo implica la capacidad de generar soluciones creativas que contribuyan a cuidar estos entornos, integrando factores ambientales, sociales y económicos, y buscando la satisfacción de todos los actores involucrados.

C. Teoría de la demanda.

La demanda puede entenderse como la necesidad de acceder a un bien específico, siempre que exista la capacidad económica para adquirirlo. De acuerdo con expertos en economía y mercadotecnia, la solicitud de productos representa un componente clave para el desarrollo de las organizaciones. En este contexto, la demanda refleja el deseo del consumidor de obtener un producto determinado, respaldado por su disposición de pago. Por su parte, el mercado actúa como el complemento de esta relación, al reunir tanto la oferta como los consumidores potenciales, constituyéndose así en el objetivo principal de las estrategias de marketing. Ambos elementos el producto y el comprador se encuentran presentes en la construcción del público objetivo. En términos simples, la demanda agrupa los bienes y servicios que los consumidores están en condiciones de adquirir, dado que cuentan con los recursos necesarios para concretar la compra (Mankiw, 2012)

Gutiérrez (2022) menciona que la teoría de la demanda implica un rechazo de varios conceptos clave de la teoría neoclásica, la oferta crea su propia demanda, así como la idea de que la producción está determinada por la oferta y la relación directa entre inversión, ahorro y tasa de interés. En cambio, según esta perspectiva, la demanda determina la producción, y las inversiones son menos dependientes de los niveles de ahorro y de la tasa de interés. Por otra parte.

D. Teoría de la oferta.

Define "La oferta se refiere a la cantidad de un bien que los vendedores están dispuestos y son capaces de vender" (Mankiw, 2012)

García y López (2022) menciona que la oferta, está vinculada al control de la liquidez general de un país. En este sentido, la política monetaria opera a través de tres variables clave: la emisión de dinero, la regulación del sistema financiero mediante normativas y la gestión de instrumentos financieros como los tipos de interés y los requisitos de reserva bancaria, entre otros. Es así como se ve influenciada por los encajes, lo que puede resultar en una disminución de la cantidad de dinero en circulación. Esto puede impactar en los precios y contribuir al control de la inflación cuando sea necesario. Por ejemplo, durante períodos de bonanza petrolera y aumento del flujo de divisas, se logró controlar las presiones inflacionarias mediante el pago de deuda externa.

Gómez y Bolaños (2023) indica que la oferta es crucial en la economía de mercado, ya que impactan más que cualquier otro factor. Si la oferta supera la demanda, los precios bajan; si ocurre lo contrario, suben. Estas variables ayudan a comprender la regulación del mercado y cómo prevenir fluctuaciones drásticas de precios. La oferta monetaria es elástica y la tasa de interés la fija el banco central, aunque no siempre puede mantenerla a largo plazo. Este banco puede ajustarla para cumplir con sus políticas monetarias. La mayoría de las variables en esta política son internas, pero el precio al que se ofrecen los préstamos por parte de los intermediarios es una excepción.

E. Teoría de mercado.

Son un grupo de individuos que compran y venden un bien o servicio en específico, los individuos que participan determinan la demanda que tiene el mismo y los que no lo tienen, organizan la venta una clase de comercio que se puede realizar en una forma muy específica, que requiere de un subastador que asista a establecer los costos y realizar las ventas (Aparicio, 2020).

Los mercados perfectamente competitivos tienen las siguientes características:

- Todos los bienes son perfectamente iguales.
- Ambos agentes como compradores y vendedores son numerosos, es por ello que no influyen en el precio del mercado, el encargado de poner precio es el mercado.

El mercado competido es el que tiene muchos demandantes y oferentes, entonces cada uno de ellos tiene un efecto importante en el precio de la compra. Pero, no todos los productos y servicios se comercializan en el mercado con total fluidez, en ciertas zonas no hay proveedores y la única forma de comprarlos es a través de los canales de distribución existentes, esto se denomina monopolio. Algunos comercios se encuentran entre los extremos de la rivalidad perfecta y el monopolio, de entre aquellos que se llama oligopolio, poseen unos pocos proveedores que no siempre compiten con vehemente (Mankiw, 2012).

Neffa (2023) sostiene que la segmentación de los mercados laborales no es una problemática reciente. Los economistas clásicos ya habían advertido esta situación. Adam Smith, por ejemplo, lo abordó al referirse a las disparidades salariales derivadas de distintos tipos de compensación. Posteriormente, Stuart Mill profundizó este análisis al señalar que, aunque los mercados agrícolas del siglo XIX mostraban rasgos competitivos, otros sectores no lo hacían debido a la existencia de normativas, costumbres y sindicatos. Por ello, no era posible explicarlos únicamente bajo las leyes de la oferta y la demanda. Desde esta perspectiva, los economistas institucionalistas estadounidenses resaltaron la diversidad presente en los mercados laborales y cómo las normas e instituciones podían limitar su funcionamiento competitivo. En contraste, la visión ortodoxa del mercado laboral, desde el enfoque neoclásico, parte del supuesto de que todos los agentes involucrados actúan en un entorno homogéneo y que las limitaciones a la movilidad se deben, en parte, a restricciones técnicas para reemplazar trabajo por capital o a la necesidad de sustituir trabajadores con diferentes perfiles profesionales. Según esta lógica, el funcionamiento de estos mercados se orienta hacia la

maximización de beneficios, tanto para empleadores como para candidatos, con el objetivo último de alcanzar el pleno empleo.

F. Teoría del turismo.

Según la OMT (2011) “El turismo abarca las diligencias que las personas llevan a cabo durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a su entorno usual, por un periodo consecutivo menor a un año, con propósitos de ocio o negocios.” (pág. 1)

Escobedo (2023) indica que el turismo busca fomentar actividades comerciales, productivas y de servicios que generen empleo para la población local, permitiendo la venta de productos como artesanías, café y frutas de pequeños productores para aumentar sus ingresos y mejorar su acceso a servicios públicos. Sin embargo, el turismo también conlleva riesgos para los recursos naturales, la estructura social, la cultura, el idioma y las celebraciones locales, que se han convertido en atractivos turísticos. Esta situación plantea un debate sobre las ventajas socioeconómicas del turismo y los riesgos de comercializar recursos naturales y tradiciones locales. Se observa que el turismo ha llevado a mejoras en las fachadas de las casas y las calles para satisfacer las necesidades de los turistas, lo que ha concentrado la actividad turística en la cabecera municipal y ha dejado de lado otras comunidades.

Esta forma de turismo para Cruz et al. (2023) incorpora los fundamentos de la sostenibilidad en la industria turística, lo que resulta en ventajas como el impulso económico, la diversificación de las ofertas turísticas, la prolongación de la temporada turística, la creación de empleo y la preservación del entorno paisajístico, cultural, patrimonial y medioambiental. Además, juega un papel crucial en el manejo del estrés, el crecimiento personal, la introspección, el vínculo con la naturaleza y el descubrimiento personal.

1.8. Base legal

a) Convención sobre los humedales de importancia internacional, especialmente como hábitat de aves acuáticas, también conocida como Convención de Ramsar, la cual fue adoptada con las Enmiendas de Regina el 28 de mayo de 1987.

La Convención conocida como Ramsar, también denominada Convención sobre los Humedales, constituye un acuerdo internacional que establece directrices para la preservación y el uso sostenible de los humedales mediante iniciativas tanto locales como nacionales. Esta convención fue adoptada en la ciudad de Ramsar, Irán, en el año 1971, y entró en vigor en 1975. Actualmente, ha sido suscrita por cerca del 90 % de los países que integran las Naciones Unidas. Su objetivo principal es fomentar la protección y el aprovechamiento racional de los humedales, en concordancia con los principios del desarrollo sostenible a escala global.

El acuerdo internacional proporciona una definición amplia del término "humedales", abarcando cuerpos de agua como lagos, ríos, pantanos y acuíferos, así como diversos ecosistemas que incluyen pastizales húmedos, turberas, oasis, estuarios, deltas y zonas de marea. Asimismo, se contemplan espacios como manglares y áreas litorales, incluyendo arrecifes de coral, así como ambientes artificiales tales como estanques destinados a la acuicultura, arrozales, embalses y salinas.

Dentro del marco establecido por los tres pilares fundamentales de la Convención, los Estados firmantes asumen el compromiso de:

- Esforzarse por utilizar racionalmente todos los humedales dentro del territorio.

- Identificar aquellos humedales que cumplen con los criterios necesarios para ser incluidos en el registro de humedales de relevancia internacional, particularmente en el listado oficial de Ramsar, con el propósito de asegurar una gestión adecuada y eficiente de estos ecosistemas.
- Fomentar la cooperación entre países en torno a humedales que atraviesan fronteras, así como en torno a sistemas interconectados de humedales y especies compartidas, promoviendo esfuerzos conjuntos para su protección y uso sostenible.

b) Ley N° 26839, Ley sobre la Conservación y Aprovechamiento Sostenible de la Diversidad Biológica (16 de julio de 1997)

- Esta norma legal establece los lineamientos para conservar la variedad biológica de la flora, así como para asegurar el uso sostenible de sus elementos. Su aplicación se fundamenta en los principios y definiciones derivados del acuerdo para la protección de la diversidad vegetal. En el artículo 26, inciso e), se señala específicamente la necesidad de conservar y gestionar de forma sustentable los ecosistemas, haciendo énfasis en zonas como cerros, tierras frágiles, áridas y humedales.

c) "Ley N° 26821, ley orgánica para el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales (junio de 1997)"

- Esta legislación tiene como propósito primordial estimular y regular el aprovechamiento sostenible de los lugares naturales, que son patrimonio de la nación. Su propósito inicial es la explotación sustentable de las características naturales, renovables y no renovables, a través de una estrategia que tenga como objetivo primordial la atracción de la inversión,

para luego fomentar la preservación de los recursos naturales y el desarrollo de los seres humanos.

d) "Ley N° 28611, Ley general del ambiente (15 de octubre del 2005)"

- Es la base fundamental para la administración de humedales, en esta legislación se establece normas con relación a los ecosistemas singulares y/o delicados, dentro de sus artículos 99.1, 99.2 y 99.3 y, además, la nación examina la categoría de los humedales para las especies de flora y fauna. En esta ley se garantiza que todos tienen el derecho ineludible de vivir en un medio ambiente saludable, equitativo y apto para desarrollarse totalmente en vida, y además tenemos la obligación de ayudar a preservar el ambiente y cuidarlo.

e) "Ley General Del Turismo N°. 32392"

Título I

Artículo 1: Declaratoria de interés nacional

La Ley N.º 32392 declara al turismo como una actividad de interés nacional y de prioridad estatal, al reconocer su aporte económico, social y cultural al país. En tal sentido, dispone que las entidades públicas de los tres niveles de gobierno nacional, regional y local trabajen de manera articulada para garantizar el desarrollo sostenible del turismo, promoviendo la inversión responsable, la accesibilidad, la innovación y la calidad en los servicios turísticos en todo el territorio nacional.

Artículo 2: Objeto de la ley

El objeto de la presente ley es establecer un marco normativo integral que regule, promueva y oriente el desarrollo sostenible, competitivo e inclusivo de la actividad turística en el Perú. Asimismo, se encarga de fortalecer la gestión articulada entre el Estado, la empresa privada y la población local, asegurando que el turismo genere

beneficios económicos, respeto por el patrimonio cultural y natural, y oportunidades de desarrollo para las comunidades anfitrionas.

Artículo 3: Principios de la actividad turística

3.1.- Enfoque de sostenibilidad:

La actividad turística debe desarrollarse bajo criterios de sostenibilidad, asegurando la conservación y aprovechamiento responsable del patrimonio natural, cultural y social. Esto implica una gestión consciente de los recursos turísticos, orientada a garantizar la calidad ambiental, la protección del entorno y la mejora de la calidad de vida de las comunidades locales, promoviendo prácticas que minimicen impactos negativos.

3.9.- Cultura turística:

Corresponde al Estado fomentar la cultura turística mediante la participación activa de la ciudadanía y los actores vinculados al sector. Esto busca fortalecer el conocimiento, la identidad cultural, el respeto al patrimonio, la hospitalidad y la valoración del turismo como actividad generadora de bienestar social y desarrollo económico. La ley promueve, además, la educación turística y las prácticas responsables tanto para prestadores de servicios como para visitantes.

Artículo 4: Gobernanza y articulación interinstitucional

La ley establece que la gestión del turismo debe realizarse bajo un enfoque de gobernanza colaborativa, en la que el MINCETUR actúa como ente rector responsable de la planificación nacional del sector. Asimismo, señala que los gobiernos regionales y locales deben elaborar políticas, programas y proyectos turísticos en armonía con los lineamientos nacionales, articulando esfuerzos con el sector privado y la comunidad para garantizar un desarrollo turístico ordenado y eficiente.

Artículo 5: Calidad y competitividad turística

Se dispone que la actividad turística debe orientarse hacia el mejoramiento continuo de la calidad en los servicios, la innovación en la oferta turística, la implementación de estándares, certificaciones y buenas prácticas, así como la diversificación de productos turísticos. El objetivo es fortalecer la competitividad del sector, garantizar experiencias turísticas satisfactorias y posicionar al Perú como un destino seguro, accesible y de alto valor.

Artículo 6: Protección del turista

La ley reconoce al turista como sujeto de derechos y establece la obligación del Estado y los prestadores de servicios turísticos de garantizar seguridad, información clara, trato adecuado y servicios confiables. Asimismo, incorpora mecanismos para prevenir riesgos, mejorar la atención al visitante y promover la accesibilidad para personas en situación de vulnerabilidad.

Artículo 7: Participación de la población local

Promueve la participación activa de las comunidades locales en la gestión turística, fomentando emprendimientos sostenibles, el comercio justo, el fortalecimiento de capacidades y la inclusión social. La ley subraya la importancia de que el turismo genere beneficios económicos directos a la población, respetando su identidad cultural y asegurando una convivencia armoniosa entre visitantes y residentes.

Artículo 8: Conservación del patrimonio

El Estado garantiza la protección, conservación y manejo responsable del patrimonio natural, cultural y paisajístico, fomentando el uso turístico responsable de áreas sensibles. Se prioriza el cuidado de ecosistemas frágiles, paisajes culturales, humedales, áreas naturales protegidas y patrimonio arqueológico, asegurando su preservación para las futuras generaciones.

1.9. Marco conceptual

1.9.1. Actividad turística

La actividad turística genera un conjunto de prácticas que son resultado de los desplazamientos que realiza los visitantes que viajan a destinos fuera de su entorno habitual, siempre y cuando estas no se realicen con fines laborales, es decir no viajan por trabajo (Palma, 2019).

1.9.2. Competitividad

La resiliencia se constituye como un factor esencial para que las organizaciones puedan mantenerse vigentes en un entorno globalizado. Esta capacidad les permite generar una ventaja competitiva frente a otras entidades del mercado. La resiliencia empresarial crea una ventaja competitiva sobre otras empresas al saber gestionar las adversidades internas y externas, enfrentándolas, sobreponiéndolas y aprendiendo de ellas para fortalecerse (Samán y otros, 2022).

1.9.3. Demanda turística

El concepto de demanda turística está íntimamente relacionado con la organización de las actividades de ocio de los turistas; dependiendo de las motivaciones o necesidades de la demanda se forman distintos productos turísticos para satisfacer a la misma, es la cantidad de producto turístico que los potenciales consumidores están dispuestos a adquirir a un precio en un momento determinado (Naranjo & Martínez, 2022).

1.9.4. Desarrollo turístico

Es el equilibrio entre lo ambiental, económico y sociocultural garantizando la sostenibilidad a largo plazo; y tener sostenibilidad es tratar los recursos ambientales en forma óptima, respetando lo sociocultural de las comunidades, preservando el patrimonio cultural incluido lo arquitectónico y los valores tradicionales, contribuyendo con la tolerancia

de interculturalidad, asegurando a largo plazo actividades económicas viables, que contribuyan a la reducción de la pobreza Pereyra et. al (2021).

1.9.5. Ecosistema

Es una entidad natural y dinámica integrada por la comunidad y el entorno físico en el que se desarrolla, fundamento las interacciones constantes entre ambos, lo que define sus características (Terradas, 2001).

1.9.6. Gestión

Conjunto de acciones y actividades que a través del sector productivo buscan que la comunidad receptora conozca, valore y propenda por el desarrollo económico y la promoción de sus valores autóctonos (Vargas, 2024).

1.9.7. Humedales

Los humedales son áreas que están cubiertas o saturadas de agua, ya sea de manera natural o artificial, de forma permanente o temporal, con agua dulce, salobre o salada. Estos ecosistemas albergan comunidades biológicas específicas y proporcionan importantes servicios ecosistémicos (MIMAM, 2015).

1.9.8. Oferta turística

Se entiende como el sistema conformado por la interacción y coordinación de diversos productos turísticos, los cuales son gestionados y puestos a disposición del público por instituciones o autoridades competentes en materia de política turística (Conti y otros, 2013).

1.9.9. Participación comunitaria

La participación comunitaria constituye un eje esencial dentro de todo el proceso de planificación y, por ende, en la gestión del turismo. Incentivar el involucramiento activo de la población es clave para asegurar el adecuado desarrollo de las actividades turísticas. Fomentar la participación de la 25 comunidad, es necesario para la buena marcha del turismo, por las siguientes razones: Para que la comunidad comprenda y conozca las ventajas del turismo y

sepa que tendrá que dar a cambio, también para que intervenga en las decisiones que les afecten, para que los residentes se adapten a la actividad turística y acepten los cambios, para que sepan cómo beneficiarse del turismo y para evitar tensiones entre comunidad y turistas. (Ucariegue, 2018)

1.9.10. Recursos turísticos

El recurso turístico es el elemento considerado factible para provecho de un destino turístico. Se considera que al momento del desarrollo de estos recursos se permiten crear servicios de alojamiento, restauración, entretenimiento y todos aquellos que hacen posible al turismo como tal. (Roca, 2023)

1.9.11. Visitante

Se considera turista a cualquier persona que se traspone a un lugar diferente de su ambiente habitual, con el propósito principal de viajar sin la intención de realizar una actividad gratificada en el destino (MINCETUR, 2011).

1.10. Hipótesis

1.10.1. Hipótesis general.

Existe una relación directa entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.

1.10.2. Hipótesis especificas

- HE1: La percepción del turista sobre la actividad turística es regular en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco -2023.
- HE2: Existe una relación directa entre los servicios turísticos y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.
- HE3: La percepción mejora innovando la actividad turística y la percepción del turista en el humedal de Huasao, Oropesa – Cusco, 2023.

1.11. Identificación de variables

1.11.1. Variable 1

Percepción del turista

Dimensiones:

D1: Información recibida

D2: Servicio turístico

1.11.2. Variable 2

Actividad turística

Dimensiones:

D1: Demanda

D2: Oferta

D3: Espacio geográfico

D4: Operadores del mercado

1.12. Operacionalización de variables

Tabla 2

Identificación de variables

Variables	Concepto	Dimensiones	Indicadores	Técnica / Instrumentos
Percepción del turista	La percepción del turista se define como la construcción mental que realiza el visitante sobre un destino turístico, en función de la información recibida, su experiencia personal, la calidad de los servicios, los atractivos naturales y culturales, y las interacciones sociales durante su estadía. Esta percepción influye en su nivel de satisfacción, intención de retorno y recomendación del destino (López et al., 2023).	Información recibida	- *Claridad de la señalización interpretativa en el humedal (paneles, mapas, QR, etc.).* - *Acceso previo a información del destino por redes sociales o páginas oficiales.* - *Nivel de satisfacción con la información proporcionada por los informadores.*	Encuesta/ Cuestionario. • Muy en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo • Muy de acuerdo
		Servicio turístico	- *Estado y limpieza de servicios higiénicos y áreas comunes del humedal.* - *Amabilidad y disposición del personal del lugar para atender consultas.* - *Seguridad percibida durante el recorrido (control de visitantes, orientación).*	
Actividad turística	La actividad turística surge como un fenómeno complejo resultado de múltiples interrelaciones y factores que deben ser abordados de manera integrada, bajo un enfoque sistémico que comprende un conjunto de elementos interdependientes que se transforman de forma continua (Larrea & Zambrano, 2021)	Demanda turística	- *Número de turistas que visitan el humedal en diferentes épocas del año.* - *Frecuencia de retorno de visitantes al humedal de Huasao.*	Encuesta/ Cuestionario. • Muy en desacuerdo • En desacuerdo • Ni de acuerdo ni en desacuerdo • De acuerdo Muy de acuerdo
		Oferta turística	- *Diversidad de servicios disponibles en el humedal (alimentación, guiado, transporte local).* - *Variedad de actividades recreativas y educativas relacionadas al entorno natural.*	
		Espacio geográfico	- *Accesibilidad del humedal desde el centro urbano de Oropesa.* - *Estado de conservación del paisaje y los espacios naturales del humedal.*	
		Operadores del mercado	- *Participación de la comunidad local en la oferta de servicios turísticos.* - *Nivel de coordinación entre agencias, municipio y actores turísticos locales.*	

Nota: Elaboración propia.

Capítulo I

Diagnostico situacional del ámbito de estudio

1.1. Ubicación distrito de Oropesa

El distrito de Oropesa forma parte de la provincia de Quispicanchi, ubicada en la región Cusco. Su gestión administrativa está a cargo del Gobierno Regional del Cusco (GORE). En cuanto a su ubicación geográfica, limita por el norte con la provincia de Paucartambo, por el este con el distrito de Urcos, hacia el sur con el distrito de Huaro y la provincia de Acomayo, y por el oeste con el distrito de Lucre.

Desde una perspectiva geográfica, se sitúa entre los paralelos 13°35′45″ de latitud sur y 71°45′51″ de longitud oeste, a una altitud aproximada de 3,110 metros sobre el nivel del mar. Su territorio abarca una superficie de 74.44 km² (En Perú, 2016).

1.1.1. Historia

El distrito de Oropesa fue constituido oficialmente el 21 de junio de 1825, a través de un decreto promulgado por el Libertador Simón Bolívar. A diferencia de otras localidades de la región Cusco, su denominación hace referencia a la ciudad española de Oropesa, lugar de origen del virrey que fundó la ciudad. Esta jurisdicción también es conocida por apelativos como “Villa Rica de Oropesa” y “Oropesa, capital turística del Valle Sur”. Su historia se remonta a épocas preincaicas, cuando estuvo habitada por los valientes y rebeldes caciques Pinaguas. Posteriormente, durante el periodo incaico, fue conquistada por Pachacútec, quien ordenó la construcción de importantes residencias en Tipón y Urcos, aprovechando el clima favorable de la zona (Turismo i.pe, 2011).

1.1.2. Flora y fauna

Las zonas urbanas ubicadas en el Valle Sur, así como gran parte de las comunidades del entorno, cuentan con el servicio de energía eléctrica, tal como ocurre en los distritos de San Jerónimo, Saylla, Oropesa y Lucre.

En relación con la fauna de esta comunidad existen muchos; tales como: libélulas, chillicos, caspicuros, tinti, quesquento, y muchos de la clase inserta, por su puesto es necesario mencionar algunas de las familias de mamíferos en peligro de extinción protegidos a nivel mundial como el zorrillo, taruca, puma, y anfibios (Turismo i.pe, 2011).

1.1.3. Superficie

La región está compuesta por terrenos en ladera con una topografía accidentada. Las pendientes moderadas varían entre el 2% y el 15%, mientras que en varios sectores se observa un relieve ligeramente accidentado que oscila entre el 15% y el 50% (Turismo i.pe, 2011).

1.1.4. Limites

El área está delimitada al norte por la provincia de Paucartambo, al este por el distrito de Urcos, al sur por el distrito de Huaro y la provincia de Acomayo, y al oeste por el distrito de Lucre. (Turismo i.pe, 2011).

1.1.5. Accesos

El acceso al distrito de Oropesa desde la ciudad del Cusco es por vía terrestre (vía principal asfaltada: Cusco _Puno), Desde la ciudad del Cusco, el distrito de Oropesa en la provincia de Quispicanchis se encuentra a unos 23 kilómetros de distancia (Turismo i.pe, 2011).

1.1.6. Clima

El clima en Oropesa es cálido y templado. La temperatura promedio 12.4°C. La precipitación media aproximada es de 581 mm, el mes más seco es junio y el mes con más precipitaciones enero (Turismo i.pe, 2011).

1.1.7. Servicios básicos del distrito de Oropesa

A. Electricidad.

Los centros urbanos del valle del sur y en la mayoría de las comunidades como en los distritos de San Jerónimo, Saylla, Oropesa y Lucre disponen de servicio de energía eléctrica. Las torres de alta tensión están situadas en el lado derecho de la carretera Cusco-Urcos, atravesando casi toda el área urbana de Saylla

B. Agua.

El centro urbano de oropesa es abastecido por la quebrada de Atochuachana, se captan aguas subterráneas de dos manantiales y una galería filtrante. En este centro poblado, el agua se desinfecta y clora en el reservorio principal del sistema, situado en la parte alta del lugar, desde donde se distribuye a la comunidad a través de conexiones domiciliarias

C. Desagüe.

Este servicio presenta déficit en el sur del valle, incluso las áreas urbanizadas de los distritos de San Jerónimo, Saylla, Oropesa y Lucre, situadas en el valle, cuentan con servicio de agua potable mediante conexión domiciliaria. En cambio, los centros poblados menores y aquellos ubicados en laderas y zonas altas solo disponen de pozos sépticos familiares.

1.1.8. Reseña histórica del humedal de Huasao

El Humedal de Huasao se considera como un modelo de recuperación ambiental, el mismo que se desarrolló sobre el bofedal existente en la zona. Es un área natural que merece protección y se encuentra en proceso de implementación para su uso como Centro de Interpretación Medio Ambiental. Este humedal posee características singulares, habiendo recuperado áreas que favorecen a la mejora de una diversa flora y fauna. Además, sirve como punto de paso para aves migratorias en determinadas épocas del año. Por ello, se están

realizando esfuerzos para proteger este hábitat natural, que se encuentra amenazado por la presión urbana.

Un humedal estará siempre en función del valor ambiental, científico, cultural y turístico, éste último con mayor predominancia. Constituyen una parte muy importante de los ecosistemas, pues son unidades funcionales de la naturaleza. La recuperación del Humedal de Huasao se dio inicio en el 2004, con la intervención del Centro Guamán Poma de Ayala. El año 2005 como parte de los resultados del Proyecto de implementación del Plan de Desarrollo Participativo de cuatro distritos del Sur del Valle de Cusco ejecutaron el proyecto.

1.1.9. Recuperación del humedal de Huasao

Quispicanchis-Cusco, con el involucramiento activo de la Municipalidad Distrital de Oropesa, la ciudadanía y el Ministerio del Ambiente, tiene como finalidad impulsar el crecimiento del turismo cultural y de naturaleza en la zona sur del Cusco.

En ese entonces se apreciaba impactos ambientales como: contaminación por aguas residuales domésticas, residuos sólidos, sobrepastoreo de animales vacunos y ovinos, que en cierta manera fueron controlados y hasta erradicados parcialmente, pero finalmente el proyecto de recuperación del Humedal se detuvo por falta de financiamiento. Habiendo ya realizado todo este proceso de recuperación del Humedal de Huasao, viene un proceso de retroceso; que aparentemente el Centro de Estudios Guamán Poma en sus esfuerzos de conseguir financiamiento externo para la continuación del proyecto de recuperación del Humedal, se ve estancado por falta de financiamiento. Llegando a un estado de abandono y decadencia de todo el trabajo que se realizó anteriormente.

En el 2015 durante el periodo del alcalde Pío Alfredo Jurado Huarsaya al observar que el humedal se encontraba en abandono aproximadamente por 10 años, se decidió retomar el proyecto de recuperación del humedal de Huasao. Cabe mencionar que el proyecto, iniciado en julio de 2017, se centró en la conservación del recurso hídrico para darle un uso adecuado.

Para ello, se construyeron espejos de agua y canales con el fin de mejorar el aporte hídrico del lago.

El proyecto consistió en la recuperación del área natural del humedal y en su adecuación como esparcimiento público, bajo las siguientes acciones:

A. Restauración y recuperación del espejo de agua.

Gran parte del humedal se encontraba parcialmente drenado. Además de verterse directamente las aguas contaminadas, aguas servidas y sólidos suspendidos del río Huatanay. Para ello se realizó la limpieza en 1,38 Ha, de los lodos que colmataron y contaminaron el espejo de agua del sector más bajo del Humedal, la construcción de un dique de arcilla.

B. Canal de la pantalla de captación.

El canal tiene una sección trapezoidal, con champeo en los taludes, y al pie de éstos, enrocado con piedra bruta y emboquillado; en el fondo del canal presenta agregado con canto rodado. Tiene un desarenador con enchape de piso y paredes laterales con laja de piedra.

C. Flora y fauna silvestre.

Los principales consumidores de pastos y ramoneadores de la flora silvestre que crecía en el humedal; fueron animales domésticos introducidos que pastaban en su interior, así como el corte de pastos y totorales por parte de algunos pobladores de la comunidad.

D. Encauzamiento de la filtración de las aguas servidas y protección del humedal.

La alta contaminación proveniente de las aguas del río Huatanay que llegaba de forma directa al humedal, alteraban la calidad de sus aguas. Así mismo, el incremento de fosfatos por el uso de detergentes en las aguas del humedal. Para reducir este impacto, se determinaron los puntos de filtración de las aguas servidas y se construyó un canal que derive estas aguas hacia el mismo río.

E. Construcción de un paseo peatonal circundante al espejo de agua.

Se diseñó y ejecuto un paseo peatonal en la zona de amortiguamiento del humedal.

F. Limpieza pública.

El municipio de Oropesa cuenta solo con 1 volquete para el recojo de los desechos sólidos. El servicio es muy anormal, lo que ha generado que las calles más alejadas del centro se conviertan en botaderos clandestinos. Una vez recolectada, la basura se lleva a dos botaderos: uno en el bosque de eucaliptos en la margen derecha del río, al sur de Oropesa, y otro en las quebradas al sur de la comunidad de Pynagua.

1.1.10 Actividades socioeconómicas del distrito de Oropesa

A. Agricultura.

Oropesa dispone de una extensión agrícola de 1931 hectáreas, donde se cultivan principalmente maíz blanco y amarillo (24%), así como forrajes, papa y otros productos en menor cantidad. Asimismo, posee un sistema de riego que abarca 63.29 km, del cual el 83% está compuesto por canales rústicos que utilizan aguas limpias provenientes de manantiales y riachuelos. No obstante, el 24% de las tierras aún se irrigan con aguas contaminadas del río Huatanay, lo que genera riesgos sanitarios y perjudica la imagen del distrito.

B. Actividad manufacturera.

La actividad panificadora representa un pilar económico de antigua tradición y profundo arraigo en la capital del distrito de Oropesa, constituyéndose en un referente clave de identidad local. Los pequeños empresarios del sector han conservado técnicas ancestrales que les permiten sostener su participación en el mercado, gracias a la reconocida calidad de sus productos. Aunque la ciudad del Cusco constituye el principal mercado de destino, la producción también se dirige a diversas plazas regionales y de otras regiones del país. Se calcula que

la capital del distrito alberga 37 hornos de panificación y 104 unidades productivas, en las que laboran aproximadamente 500 pobladores de la zona.

C. Comercio.

En el distrito de Oropesa, el sector gastronómico es preponderante, especialmente en la comunidad de Choquepata, en la zona de Tipón. En los últimos años, Tipón se ha convertido en un referente para la venta de platos a base de cuy y otras aves, atrayendo a consumidores del Cusco y de diversas localidades, especialmente durante los fines de semana y días festivos, quienes acuden en gran número para disfrutar de estos deliciosos platos

D. Turismo.

El distrito de Oropesa se caracteriza por su abundancia en recursos de tipo ecológico, arqueológico, arquitectónico, histórico y cultural. En cuanto al patrimonio arqueológico, dispone de construcciones de época prehispánica, entre las que destaca el parque arqueológico de Tipón, reconocido como parte del patrimonio cultural de la nación. Investigaciones señalan que esta edificación fue mandada a construir por el inca Viracocha. En el ámbito cultural, sobresalen festividades importantes como la de la Virgen Asunta y el tradicional festival del pan, además del Señor de Qoylluriti, celebraciones que tienen la capacidad de atraer visitantes. Desde la perspectiva ecológica, Oropesa alberga el humedal de Huasao, recientemente restaurado, el cual resalta por su belleza natural y su potencial como destino turístico emergente.

1.1.11. Ubicación y características geográficas.

La comunidad de Huasao se ubica en el departamento del Cusco, bajo la jurisdicción del distrito de Oropesa, en la provincia de Quispicanchi. Está asentada en la margen izquierda

del río Huatanay, a una altitud de 3,130 m.s.n.m. Este centro poblado se extiende sobre un área de 91.50 hectáreas y cuenta con las siguientes vías de acceso:

- A 16 kilómetros de la ciudad del Cusco,
- A 24 kilómetros de la provincia de Urcos,
- Y a 6 kilómetros de la localidad de Oropesa.

Clima.

El clima que caracteriza a la comunidad de Huasao corresponde al tipo interandino, presentando una transición entre el clima templado de los valles quechuas y el frío característico de la puna. Las temperaturas suelen ser moderadamente frías, intensificándose durante los meses de invierno (de junio a septiembre) con frecuentes heladas. Por el contrario, entre diciembre y marzo se experimenta un verano leve. La temperatura promedio anual varía entre los 10 °C y 12 °C.

Para la siguiente información se tomó en cuenta el Censo Nacional 2017 XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas, Según la última fuente oficial del INEI, la población total del centro poblado de Huasao es de 2310 habitantes, compuesta por hombres y mujeres, como se muestra en el siguiente cuadro. (INEI, 2018).

Tabla 3

Datos estadísticos

Centros poblados	Región natural (según piso altitudinal)	Altitud (m s.n.m.)	Población censada		
			Total	Hombre	Mujer
HUASAO	Quechua	3 156	2 310	1 139	1 171

Fuente: (INEI, 2018)

1.2. Humedal de Huasao

El humedal de Huasao se localiza en el distrito de Oropesa, dentro de la provincia de Quispicanchi, en el departamento del Cusco. Este espacio ha sido objeto de múltiples investigaciones desarrolladas por distintas instituciones y organizaciones, en el marco de diversos proyectos orientados a su análisis y conservación.

En agosto de 1997 se conforma el Comité Interdistrital de Desarrollo (CID) integrado en su inicio por los distritos de San Jerónimo, Saylla, Oropesa y Lucre, el cual inicia la formulación de un Plan Integral de Desarrollo Estratégico y Sostenible para todo el Sur del Valle (PIDES), en el cual participan autoridades locales, instituciones, organizaciones, pobladores de los cuatro distritos y el Centro Guaman Poma como institución asesora y facilitadora. Durante este proceso de planificación se priorizaron proyectos estratégicos orientados a la conservación del ambiente natural a fin de garantizar la supervivencia de las especies de flora y fauna de todo el Valle. Con este objetivo, la Municipalidad de Oropesa concertó con el Consejo Menor de Huasao y la Comunidad Campesina para preservar y recuperar dicho recurso. En el marco de este proyecto, se priorizo la ejecución de la recuperación y puesta en valor del Humedal para su uso como área de recreación y capacitación para todos los visitantes.

Como parte de los avances alcanzados mediante el Proyecto de Desarrollo Participativo implementado en cuatro distritos ubicados en el sur del Valle del Cusco y desarrollado en el año 2005, la Municipalidad Distrital de Oropesa, junto con la comunidad local y el Ministerio del Ambiente, llevaron a cabo el proyecto de Recuperación del Humedal de Huasao, en la provincia de Quispicanchi, Cusco. Esta iniciativa tuvo como finalidad fomentar el turismo cultural y de naturaleza en el Valle Sur, mediante la instalación de infraestructura para captar y proteger el agua, así como mejorar las condiciones naturales del humedal. También se buscó crear un entorno adecuado para el bienestar humano y fortalecer el ejercicio de derechos y deberes ciudadanos, contribuyendo a elevar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad campesina de Huasao.

1.2.1. Ubicación

Tabla 4

Ubicación del Humedal de Huasao

Lugar	HUASAO

Distrito	OROPESA
Provincia	QUISPICANCHI
Departamento	CUSCO
Ubigeo	0812110012
Viviendas	474
Habitantes	1437
Longitud	-71.813090
Latitud	-13.570638

Nota: Elaboración propia.

Figura 1

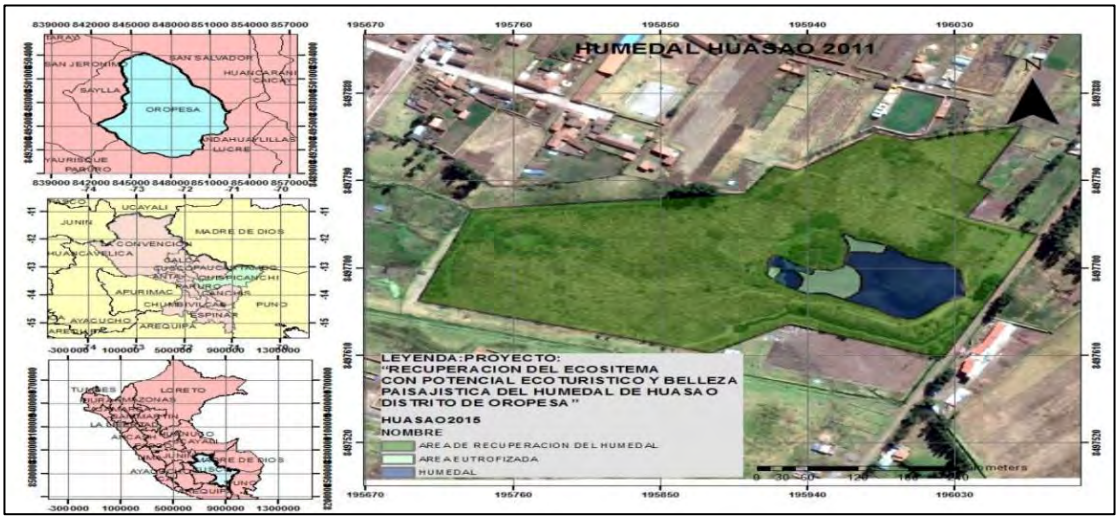
Ubicación de humedal de Huasao

Fuente: Google maps

1.2.2. Características generales

Área total:

La superficie del Área de Conservación del Humedal de Huasao, es de 5.5 Ha, El área húmeda comprende una extensión de 55 778.52 m2.



Administración:

Municipalidad Distrital de Oropesa está a cargo de la administración específicamente el área de subgerencia de desarrollo económico local.

1.2.3. Reglas del humedal

En el área natural de Humedal de Huasao tiene reglas establecidas claramente que es encuentra en la puerta antes de ingresar al humedal.

Está prohibido:

- Introducir y consumir bebidas alcohólicas
- Realizar fogatas
- Escuchar música a alto volumen produciendo contaminación sonora.
- Ingresar comida y botar basura.
- Ingresar con mascotas.
- Subirse a los árboles.
- Ingresar con bicicletas.
- Alimentar a las aves.
- Subir encima de las esculturas gigantes (los guardianes del humedal).
- Salir de los caminos delimitados.

1.2.4. Tarifario

La municipalidad de Oropesa establece las tarifas para ingresar a esta área natural son accesibles y es una tarifa diferenciada para locales, nacionales y extranjeros. Y también existe tarifa diferenciada para adultos y niños.

Tabla 5

Tarifa de entradas

Adultos (de 11 a más años)	Niños (de 4 a 10años)	Turistas
S/ 3.00	S/ 2.00	S/. 5.00

Fuente: Centro poblado de Huasao

Nota. Elaboración propia.

1.2.5. Aspectos internos y externos

A. Espejo de agua.

Cuenta con dos espejos de agua artificiales para lo cual se realizó un tratamiento biológico de las aguas residuales que fluyen en el humedal. Donde se concentra mayor cantidad de plantas acuáticas y las aves.

Figura 2

Espejo de agua



Nota. Por las tesistas.

B. Ingreso al humedal.

El ingreso al humedal está ubicado en la esquina, hacia el oeste ya que este está más alejado de la fuente de agua del humedal, con una pérgola de metal y columnas de cemento.

Figura 3

Ingreso de humedal de Huasao

Nota. Por las tesistas.

C. **Cerco perimétrico.**

Cuenta con un cerco en todo el perímetro del humedal, para el cuidado y protección, hechos con materiales de piedra tanto para el enrocado, así como para cimientos sobre cimientos y columnas de concreto, entre columna y columna se puso elementos de madera rolliza como se muestra en la imagen.

Figura 4



Cerco perimétrico



Nota. Por las tesistas.

D. **Zona de estacionamiento.**

Así mismo el humedal cuenta con un estacionamiento para los visitantes que vienen son su propia movilidad, este está ubicado fuera del humedal con un área de 120m2.

Figura 5

Zona de estacionamiento



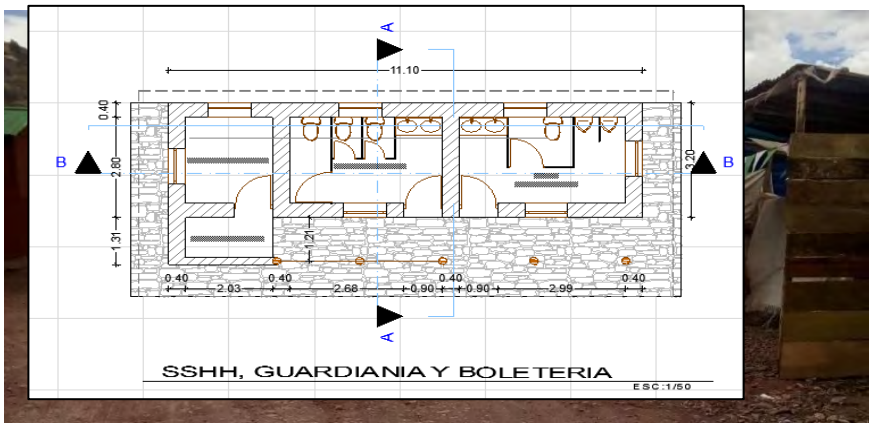
Nota. Por las tesistas.

E. Zona de comercio

En la parte externa del humedal en la principal calle de acceso se ubican diferentes formas de comercio como: restaurantes, agencias de cuatrimotor, juegos infantiles, artesanía y otros los cuales están ubicados de manera desordenada y algunas en mal estado.

Figura 6

Zona de comercio



Nota. Por las tesistas.

F. Servicios higiénicos, guardianía y boletería.

También cuenta con una pequeña construcción ubicada al oeste del humedal colindante con una de las calles, en esta construcción están ubicados los SSHH, Guardianía y la Boletería hechos de material noble.

Figura 7

Servicios higiénicos



Nota. Por las tesistas.

Figura 8

Organigrama de los servicios higiénicos, guardianía y boletería

Nota. Por las tesistas.

G. Senderos y señalización.

Los senderos son de forma rustica. Este camino tiene una longitud de 960.10ml y un ancho de 1.10ml, a lo largo del sendero se encuentra también cinco paneles informativos en todo el humedal, y cinco señales informativas en el sector del humedal.

Así mismo la colocación de basureros ecológicos (diferenciando los restos orgánicos e inorgánicos) es sumamente importante para la conservación del humedal, para ello existen 10 en su totalidad.

Figura 9

Senderos y señalización



Nota. Por las tesistas.

H. Miradores.

Cuenta con dos miradores a los extremos del humedal, están hechos de madera rolliza sobre bases de piedra y tienen una altura de 5m. aproximadamente, techadas con cobertura de paja. Así mismo el humedal cuenta con bancas rusticas hechas de madera, estas están ubicadas a lo largo del sendero.

Figura 10

Miradores



Nota. Por las tesistas.

1.2.6. Esculturas del Humedal

A. Los Guardianes del Humedal.

Asimismo, el humedal, reconocido como un ecosistema recuperado, destaca por exhibir esculturas de gran tamaño que se han convertido en uno de sus principales atractivos turísticos. Actualmente se contabilizan diez esculturas, de las cuales cinco están inspiradas en personajes de reconocidas sagas cinematográficas como Guardianes de la Galaxia, El Señor de los Anillos y Avengers. Las cinco esculturas restantes corresponden a intervenciones más recientes.

Estas esculturas están hechas de fibra de vidrio que son muy resistentes a las cambios climáticos y se mimetizan con el paisaje del humedal.

ENTS: Personajes ficticios de la película "El Señor de los Anillos"; en las películas son pastores de árboles y guardianes del bosque, pues cuando se enfurecen, los ents eran aterradoras porque podían destrozar piedras y acero con sus propias manos. Tiene sentido eran temidos, pero también son amables e inteligentes.

Figura 11

Escultura el señor de los anillos



Nota. Por las tesistas.

B. Groot película de "Los Guardianes de la Galaxia.

El filme en el que este personaje se muestra es acerca de un grupo de individuos que pelean para preservar el cosmos de una villana. Groot, es un superhéroe ficticio. Una criatura que desciende de una raza de plantas extraterrestres.

Figura 12

Los Guardianes de Galaxia



Nota. Por las tesistas.

C. Baby Groot Avengers.

En la película Guardianes de la Galaxia ya para finalizar se observa que Grot se sacrifica para salvar al resto del equipo de una explosión. Al concluir la película, hace su aparición Baby Groot plantado en una maseta como una pequeña rama. En la película Guardianes de la Galaxia Vol. 2 ya se puede observar a Baby Groot infante que viaja con los guardianes, pero con un comportamiento infantil.

Figura 13

Baby Groot Avengers



Nota. Por las tesistas.

D. Sapo Andino “Bufo spinolosus”.

Sapo de tamaño grande a medio, de hocico redondeado, con una vida preferentemente nocturna, aunque se puede ver de día en caso de que esté nublado o lluvioso. En el invierno suele ocultarse debajo de las piedrecitas, en las orillas de los arroyos y charcos o bien se aloja en los barrancos. Se nutre de roedores y pequeños insectos.

Es significativo debido a la manera en la que controlan la propagación de artrópodos e insectos.

Figura 14

Sapo andino



Nota. Por las tesistas.

E. Sirena.

Las sirenas, criaturas míticas que habitan en los lagos y ríos de la región. En la cosmovisión andina, estas figuras se representan con una dualidad fascinante: son seres de belleza hipnotizante, pero también portadores de un peligro latente..

Figura 15

Sirena



Nota. Por las tesistas.

F. Gansos Andinos O Huallata “Anas Flavirostris”.

Ganso de blanca con plumas y rabo de color negro además de patas coloradas. No hay distinciones en el sexo por el plumaje de los machos o de las hembras. Su pico es corto y de color naranja con la punta de color negro.

Es un ave del agua, que anda, que corre y que nada. Estas son las Huallatas, también llamadas gansos andinos; cuando logran estar en compañía, las parejas nunca se separan.

Figura 16

Gansos andinos o Huallata



Nota. Por las tesistas.

G. Serpiente De Cascabel “Vipéridos”.

Son más conocidas como víbora de foséta, donde más predomina es en Estados Unidos y partes de Canada y tienen el mayor número de mordeduras venenosas en Norteamérica, sus marcas no siempre dejan marca.

Figura 17

Serpiente de cascabe



Nota. Por las tesistas.

H. Comadreja.

La comadreja común, también conocida como comadreja menor o simplemente comadreja (Mustela nivalis), es un mamífero silvestre presente en diversas regiones de Europa y América del Norte, clasificado dentro del grupo de los carnívoros. A pesar de su reducido tamaño corporal, se caracteriza por su habilidad como depredador, siendo capaz de acechar y capturar presas que superan entre cinco y diez veces su propio peso.

Figura 18

Comadreja



Nota. Por las tesistas.

1.2.6.11. Cuy Silvestre.

El poronccoy (del quechua del sur "Purun Quwi", que significa "cuy salvaje"), conocido como cuy silvestre o cuy salvaje (Cavia tschudii), es un roedor de la familia Caviidae. Es originario de los Andes de Perú, Bolivia, Chile y Argentina.

Figura 19

Cuy Silvestre



Nota. Por las tesistas.

1.2.7. Flora del humedal de Huasao.

Tabla 6

Composición de la flora

Nombres científicos	Nombre común	Familia	Condición
Sonchusoleraceus	Llampu kana	Asteraceae	Introducida
Sonchusasper	Quisca kana	Asteraceae	Introducida
Cirsium vulgare	Asnaq cardo	Asteraceae	Introducida
Taraxacumofficinale	Pilli pilli	Asteraceae	Cosmopolita
Senecio vulgare	Kana kana	Asteraceae	Introducida
Senecio rudbeckiaefolius	Maych'a	Asteraceae	Nativo
Siegesbeckia jorullensis	Rata rata	Asteraceae	Nativo
Baccharislatifolia	Mayu-chillca	Asteraceae	Nativo
Tanacetum parthenium	Hierba de santa mar	Asteraceae	Cosmopolita.
Conium maculatum	Asnaq c'ora	Apiaceae	Introducido
Hydrocotylebonariensis	Mat'ecllo	Apiaceae	Nativo
Brassica rapa subsp.campestris	Nabo o yuyo	Brassicaceae	Introducida.
Rorippa nasturtium-aquaticum	Mayu mostacilla	Brassicaceae	Introducida
Scyrpus americanus subsp. Monophyllus	Totorilla	Cyperaceae	Nativa
Eleocharis geniculata	Vela vela	Cyperaceae	Nativa
Trifolium repens	Trebol	Fabaceae	Introducida
Medicago polymorpha	T. de carretilla	Fabaceae	Introducida
Melilotusindica	Q'ita alfa alfa	Fabaceae	Introducida
Spartium junceum	Retama	Fabaceae	Naturalizada
Myriophyllum aquaticum	Hinojo de agua	Haloragaceae	Nativa
Juncus arcticus var. andicola	Ch'ihua	Juncaceae	Nativo
Juncus ebracteatus	Ch'ihua	Juncaceae	Nativo
Mentha x piperita var. citrata	Piperma	Lamiaceae	Intoducida
Lemna gibba	Lenteja de agua	Lemnaceae	Nativo
Urocarpidium peruvianum	Rufo rufo	Malvaceae	Nativo
Oenothera rosea	Yahuarch'onqa	Onagraceae	Nativa
Pennisetumclandestinum	Kicuyo	Poaceae	Introducido
Distichlishumilis	Grama salada	Poaceae	Nativo
Polypogonmospeliensis	Pasto sonza	Poaceae	Introducido
Bromus catarticus	Pata q'achu	Poaceae	Nativo
Cortaderia bífida	Nihua	Poaceae	Nativa
Rumex crispus	Llacq'e	Polygonaceae	Nativa
Rumex oleifolius	Hatun llacq'e	Polygonaceae	Nativa
Prunus serótina	Capulí	Rosaceae	Naturalizada
Salix humboldtiana	Sauce real	Salicaceae	Nativo
Salix babilónica	Sauce llorón	Salicaceae	Introducido
Populus alba	Alamo blanco	Salicaceae	Introducido
Verbena litoralis	Verbena verde	Verbenaceae	Nativa.

Fuente: Guamán Poma de Ayala. 2015

1.2.8. Especies de aves del humedal de Huasao.

Tabla 7

Cuadro de especies de aves

ESPECIE	NOMBRE COMUN	FAMILIA	ORDEN
Anas flavirostris	"pani"	Anatidae	Anseriformes
Anas georgica	"pani"	Anatidae	Anseriformes
Anas puna	"punapato	Anatidae	Anseriformes
Anas cyanoptera	"ninapatu"	Anatidae	Anseriformes
Oxiura jamaicensis	"p'aqpaca"	Anatidae	Anseriformes
Nycticorax nycticorax	"mayusonso"	Ardeidae	Pelecaniformes
Bubulcus ibis		Ardeidae	Pelecaniformes
Ardea alba	"wak'ar"	Ardeidae	Pelecaniformes
Plegadis ridgwayi	"maraqmaraq"	Threskiornithidae	Pelecaniformes
Buteo polyosoma	"huamancha"	Falconidae	Falconiformes
Pardirallus sanguinolentus	"weskocho"	Rallidae	Gruiformes
Gallinula chloropus	"tiqui"	Rallidae	Gruiformes
Fulica ardesiaca	"choqa"	Rallidae	Gruiformes
Chroicocephalus serranus	"k'ellwa"	Laridae	Charadriiformes
Patagioenas maculosa	"urpi"	Columbidae	Columbiformes
Lesbia nuna	"chupasapa k'ente"	Trochilidae	Apodiformes
Orochelidon andecola	"Kjallwa"	Hirundinidae	Passeriformes
Troglodites aedon	"ch'eqollo"	Trogloditidae	Passeriformes
Turdus chihuanco	"Chuchico"	Turdidae	Passeriformes
Zonotrichia capensis	"pichinco"	Emberizidae	Passeriformes
Carduelis magellanica	"Ch'aiña"	Fringillidae	Passeriformes

Fuente: Guamán Poma de Ayala, 2015

1.2.9. Categorización de fauna del Humedal

Tabla 8

Ficha técnica de Garceta grande

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">01</td><td colspan="2">GARCETA GRANDE</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Ardeidae</td><td>Árdea Alba</td><td>Jatun waqar</td><td>Great Egret</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>A más de 3020 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Zonas pantanosas, Lagos y Lagunas</td><td>Octubre – Marzo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Figura 20
Garceta Grande</td></tr>
<tr><td colspan="2">Son carnívoros y poseen diversas modificaciones que les posibilita capturar animales acuáticos, como, por ejemplo: crustáceos y anfibios. Tiene un cambio en la sexta vértebra que le proporciona el privilegio de poseer un cuello en forma de S, esto los impulsa hacia el objetivo como una peinilla. Este pájaro se mantiene inmóvil sobre el agua en espera de que el depredador se aproxima para luego capturarlo con el pico y devorarlo.
En el momento en que están en el periodo de procreación, crean plumaje largo que se evidencia por encima del cuerpo. En el invierno sus extremidades inferiores de adelante se tornan en un tono verde claro de grisa.</td><td colspan="2"></td></tr>
</table>

Tabla 9

Ficha técnica de Huaco común

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">03</td><td colspan="2">HUACO COMUN</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Ardeidae</td><td>Nycticorax nycticorax</td><td>Mayu Sonso</td><td>Black – Crowned Night Heron</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>3020 y 4500 msnm</td><td colspan="2">Humedales, lagunas, riberas de ríos y orilla del mar.</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es un pájaro que se moviliza de noche, sin embargo, se alimenta en el día. El día entero transitan la mayor parte de su tiempo de pie en plantas o árboles pequeños.

El Huaco es my paciente y se mantiene en una posición inmóvil por extensos tiempos en aguas de poca profundidad en espera de su presa, con un veloz movimiento de su pico, éste toma capturas de peces diminutos. En el momento en que se reproduce muestra dos largas plumaje oscuras en la cabeza.

Generalmente está solo y es fácil de observarla permanece quieto en un determinado lugar.</td><td colspan="2">Figura 21
Huaco Común
</td></tr>
</table>

Tabla 10

Ficha técnica Ibis de la Puna

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">04</td><td colspan="2">IBIS DE LA PUNA</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td></td><td>Plegadis ridgwayi</td><td>Maracc – Maracc, Yanavico</td><td>Puna Ibis</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>3020 a 4800 msnm</td><td colspan="2">Pantanos y humedales o en campos húmedos</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Tiene apariencia jorobada camina con la cabeza agachada, y busca animales en las orillas, los juveniles tienen estrías blancas.
Son de las especies que más abundan, por lo que su observación es fácil en cualquiera de las lagunas, pero si los queremos ver volando y en bandadas, lo podemos hacer entre las 6 y 6:30 am.</td><td colspan="2">Figura 22
Ibis de la puna
</td></tr>
</table>

Tabla 11

Ficha técnica de Carceta barcina o Pato andino

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE DE AVE</th></tr>
<tr><td colspan="2">05</td><td colspan="2">CERCETA BARCINA O PATO ANDINO</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Nombre Científico</th><th>Nombre en Quechua</th><th>Nombre en Ingles</th></tr>
<tr><td>Anatidae</td><td>Anas flaviarostris</td><td></td><td>Speckled Teal</td></tr>
<tr><th>Rango de Distribución</th><th colspan="2">Habitad</th><th>Epoca aconsejable de Observacion</th></tr>
<tr><td>2500 a 4000 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Ríos, riachuelos, arroyos, charcas y pantanos Andinos</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Es un pato de costumbres sociales que se le puede ver en bandadas de varios ejemplares, incluso de 20 a más, es relativamente más manso que los otros patos, pudiendo observárseles más de cerca sin que se aleje de inmediato, como suele ocurrir con otras especies.
Tienen un vuelo veloz e irregular.
Son especies comunes en el humedal de Huasao y se les puede observar con mayor frecuencia en todos ellos.</td><td colspan="2">Figura 23
Cerceta Barcina
</td></tr>
</table>

Tabla 12

Ficha técnica de Cerceta de la puna o pato de la puna

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">06</td><td colspan="2">CERCETA DE LA PUNA O PATO DE LA PUNA</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Anatidae</td><td>Anas puna</td><td></td><td>Puna Teal</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>Más de los 3020 m.s.n.m</td><td colspan="2">Lagos abiertos e islas</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Se le encuentra en lagos abiertos con vegetación sumergida o flotante, con islas o con juncos; los cuales son utilizados para anidar, Anidan en la superficie del agua, en islas o en nidos de taguas, y engalanan el nido entre el césped largo.
Es un pájaro que se alimenta de plantas y también se le puede hallar explorando su comida entre la flora que flota, el piso fango o las orillas de los ríos, lagos y lagunas.
También son especies comunes en el Humedal de Huasao, y se les puede observar cercanos en la mayor parte de las lagunas.</td><td colspan="2">Figura 24
Cerceta de la Puna
</td></tr>
</table>

Tabla 13|

Ficha técnica de Cerceta colorada

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE DE AVE</th></tr>
<tr><td colspan="2">07</td><td colspan="2">CERCETA COLORADA</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Nombre Científico</th><th>Nombre en Quechua</th><th>Nombre en Ingles</th></tr>
<tr><td>Anatidae</td><td>Anas cyanoptera</td><td>Pucca Pato</td><td>Cinnamon Teal</td></tr>
<tr><th>Rango de Distribución</th><th colspan="2">Habitad</th><th>Época aconsejable de Observación</th></tr>
<tr><td>A más de 3020 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Lagunas y pantanos</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">El macho se diferencia por su color canela muy marcado, con la coronilla más oscura, ojos que son de color rojo muy vivo, pico negro y patas que son de color amarillo. En la nuca posee líneas oscuras de color marrón.
La hembra posee el cuerpo más resplandeciente y moteado
Se les puede observar con frecuencia nadando solos y muy rara vez en parejas.</td><td colspan="2">Figura 25
Cerceta colorada
</td></tr>
</table>

Tabla 14

Ficha técnica de Rascon Gallineta

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">08</td><td colspan="2">RASCON GALLINETA</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Rallidae</td><td>Pardirallus sanguinolentus</td><td></td><td>Plubeous Rail</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>Hasta los 4000 m.s.n.m</td><td colspan="2">Orillas de pantanos y lagunas</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es un ave de movimientos nerviosos y asustadizos.
Forrajea entre las plantas de las orillas de pantanos y lagunas. Esta ave tiene la costumbre de levantar la cola en lo alto cuando corre, sus vuelos se caracterizan por ser con aleteos rápidos, tener el cuello extendido y las patas colgantes.
A menudo mueven la cola mientras caminan por zonas embarradas en busca de comida.
Es común verlos en los totorales.</td><td colspan="2">Figura 26
Rascon Gallineta
</td></tr>
</table>

Tabla 15

Ficha técnica de Gallineta común o polla de agua

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">09</td><td colspan="2">GALLINETA COMUN O POLLA DE AGUA</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Rallidae</td><td>Gallinula chloropus</td><td>Tiqui</td><td>Common Gallinule</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>2500 a 3100 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Humedales</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Al nadar, levanta la cola para revelar las plumas blancas que hay debajo. Lo que es común es que mueva la cabeza hacia adelante y hacia atrás mientras nada, mientras se sumerge bajo el agua para alimentarse, con la cola fuera del agua.
Vuela torpemente y tarda en despegar. En las lagunas se les puede ver volando a baja altura sobre el agua, haciendo fuertes ruidos para marcar su territorio.
Es una de las especies más comunes y se puede observar fácilmente en todas las lagunas.</td><td colspan="2">Figura 27
Galleneta Comun
</td></tr>
</table>

Tabla 16

Ficha técnica de Gaviota andina

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">11</td><td colspan="2">GAVIOTA ANDINA</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Laridae</td><td>Larus serranus</td><td>Q’ellwa, K’iula</td><td>Andean Gull</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>2000 a 5000 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Altas planicies, lagunas, pantanos, ríos y campos de cultivo</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es la única especie que se cría en las alturas, es un ave muy hábil volando, para alimentarse no se zambullen, pero si sumergen el pico para atrapar peses y moluscos.
En la época de reproducción presenta la cabeza negra y blanca con algunas manchas oscuras alrededor del ojo, el pecho presenta tinte rosado, el pico es rojo y las patas cambian su color entre rojo y pardo oscuro. Anidan en colonias sobre juncos, lagunas e islas, algunos construyen sus nidos flotantes, los polluelos son alimentados tanto por la hembra y por el macho quienes a la vez protegen el nido.
Se le puede observar en todas las lagunas del Humedal o volando sobre estas.</td><td colspan="2">Figura 28
Gaviota andina
</td></tr>
</table>

Tabla 17

Ficha técnica de Zenaida torcaza o tortola

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">12</td><td colspan="2">ZENAIDA TORCAZA O TORTOLA RABIBLANCA</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td></td><td>Zenaida auriculata</td><td>Urpi</td><td>Eared Dove</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>600 a 4000 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Áreas abiertas semiáridos y campos de cultivo</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es un ave gregario y social, pasan la noche y anidan en grupos sobre árboles, rocas, pegados sobre plataformas de poca consistencia, se unen en grandes bandadas para comer los productos de los terrenos de cultivo, causando considerables pérdidas al campesino, debido a este hecho estas aves están en la mira de los cazadores; vuelan directa y velozmente como todas de la familia Columbidae los polluelos son alimentados por regurgitación.</td><td colspan="2">Figura 29
Zenaida Torcasa
</td></tr>
</table>

Tabla 18

Ficha técnica de Gorrion cuellirufo

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">13</td><td colspan="2">GORRION CUELLIRUFO</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Fringillidae</td><td>Zonotrichia capensis</td><td>Pichinco</td><td>Rofous – collared Sparrow</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>Nivel del mar hasta los 5000 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Áreas húmedas, matorrales, campos de cultivo, parques y jardines</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es un ave andina muy común, abundante y extendido, es mansa y confiada, se le puede ver buscando semillas e insectos en el suelo, en los árboles y en los arbustos, su canto es muy atractivo y se cree que anuncian la venida de las lluvias y ocasionalmente cantan de noche.
Son abundantes por lo que son fácil de ser observados en las lagunas del Humedal.</td><td colspan="2">Figura 30
Gorrion Cuell
</td></tr>
</table>

Tabla 19

Ficha técnica de Zorzal chiguanco

<table>
<tr><td colspan="2">NUMERO DE FICHA</td><td colspan="2">NOMBRE DE AVE</td></tr>
<tr><td colspan="2">14</td><td colspan="2">ZORZAL CHIGUANCO</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Nombre Científico</td><td>Nombre en Quechua</td><td>Nombre en Ingles</td></tr>
<tr><td>Turdidae</td><td>Turdus Chiguanco</td><td>Chuchico</td><td>Chiguanco thrush</td></tr>
<tr><td>Rango de Distribución</td><td colspan="2">Habitad</td><td>Época aconsejable de Observación</td></tr>
<tr><td>Entre los 1500 a 4000 m.s.n.m.</td><td colspan="2">Lugares húmedos y áreas de cultivo</td><td>Todo el año</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es una de las aves más caracterizada de los andes, tiene el tamaño de una paloma es frecuente verlo saltando a los lados de los caminos o en los campos de cultivo.
Su bello canto destaca en donde se encuentra y tiene diversas voces, su trino fuerte y melodioso es fácilmente reconocible.
Se alimenta, buscando insectos en la hierba o a lo largo de las orillas de corrientes. En algunos lugares el chiguanco es un ave ligada a la buena fortuna.</td><td colspan="2">Figura 31
Zorzal Chiguanco
</td></tr>
</table>

1.2.10. Caracterización de la flora del Humedal

Tabla 20

Ficha técnica de Pilli pilli o diente de león

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">01</td><td colspan="2">Pilli o diente de león</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Asteraceae</td><td>Cichorioideae</td><td>Taraxacum officinale</td><td>Cosmopolita</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Es una de las plantas silvestres popularmente conocidas. Se encuentran en todo el mundo, pero son originarias de Europa y Asia y ahora se encuentra en todo el mundo.
Esta planta crece aproximadamente hasta 40 cm, es perenne, sus raíces subterráneas son erguidas, de forma cónica, hojas lanceoladas alternas, largas y multiramificadas, de sabor agridulce.
Generalmente se considera una maleza, por ser muy resistente a plagas y enfermedades, esta planta también tiene muchas propiedades medicinales para el hígado, los riñones, vesícula biliar, y tiene un efecto diurético que previene la aparición de piedras en el riñón.</td><td colspan="2">Figura 32
Pilli o diente de león
</td></tr>
</table>

Tabla 21

Ficha técnica de Asnaq c'ora

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">04</td><td colspan="2">Asnaq c'ora</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Apiaceae</td><td>Apioideae</td><td>Conium maculatum</td><td>Introducido</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">También conocido como perejil venenoso, corobane manchado, cicuta manchada y cicuta venenosa. Los tallos secos a veces se llaman kecksies o kex.
Esta planta tiene su origen en regiones de Europa y el norte del continente africano, y suele desarrollarse en ambientes húmedos y frescos. Posee cicutina, una sustancia tóxica capaz de afectar el sistema nervioso central, generando lo que se conoce como "síndrome de Sijudin", caracterizado por síntomas como cianosis, midriasis, convulsiones y pérdida de conciencia. Una pequeña cantidad del fruto puede ser letal para los seres humanos. Uno de los casos más conocidos en la historia fue el del filósofo Sócrates, quien en el año 399 a.C. fue sentenciado a muerte mediante la ingesta de cicuta. Además, esta especie es considerada invasora.</td><td colspan="2">Figura 33
Asnaq C'ora
</td></tr>
</table>

Tabla 22

Ficha técnica de Totorilla

NUMERO DE FICHA	NOMBRE

<table>
<tr><td colspan="2">05</td><td colspan="2">Totorilla</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Subfamilia</td><td>Nombre Científico</td><td>Condición</td></tr>
<tr><td>Cyperaceae</td><td></td><td>Scyrpus americanus subsp. monophyllus</td><td>Nativa</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">La totora es una planta herbácea acuática de tipo perenne, habitualmente encontrada en zonas de esteros y pantanos del continente sudamericano. Se presenta como un arbusto cuyas ramas pueden alcanzar hasta 60 centímetros de altura. La planta se reproduce por semillas. Llegan a florecer en completa sequía y luego las semillas maduran de manera rápida. Poseen órganos masculinos y femeninos, es decir, Son flores hermafroditas, y el viento las poliniza.
Requiere suelo húmedo para crecer y se desarrolla bien en agua.</td><td colspan="2">Figura 34
Totorilla
</td></tr>
</table>

Tabla 23

Ficha técnica de Trébol

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">06</td><td colspan="2">Trébol</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Fabaceae</td><td>Faboideae</td><td>Trifolium repens</td><td>Introducida</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Conocido también como trébol holandés, originaria de Europa; es una de las plantas más cultivadas, se ha introducido ampliamente en todo el mundo como cultivo forrajero, y ahora también es común ver en la mayoría de las áreas de césped (céspedes y jardines).

Crece lentamente y tiene flores blancas que a menudo adquieren un color rosa o crema a medida que la planta envejece. Las flores son visitadas principalmente por las abejas. Las hojas son trifolioladas, lisas, elípticas en forma de huevo. Los tallos funcionan como estolones, por lo que el trébol blanco a menudo forma colchonetas, con los tallos arrastrándose hasta 18 cm al año y enraizándose en los nodos.</td><td colspan="2">Figura 35
Trébol
</td></tr>
</table>

Tabla 24

Ficha técnica de Vela

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">07</td><td colspan="2">Vela</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Cyperaceae</td><td></td><td>Eleocharis geniculata</td><td>Nativa</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Esta es una planta que crece en áreas húmedas en las Américas, Asia, África, Australia, Madagascar y algunas islas del Pacífico. Es una espiga anual que crece hasta unos 40 cm. Tiene algunas hojas de color pajizo y muchos tallos delgados y erguidos. Hay varias flores pequeñas y redondas en el tallo. También se utiliza para alimentar al ganado.</td><td colspan="2">Figura 36
Vela
</td></tr>
</table>

Tabla 25

Ficha técnica de lenteja de agua

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">09</td><td colspan="2">Lenteja de agua</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Lemnaceae</td><td>Lemnoideae</td><td>Lemna gibba</td><td>Nativo</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Se encuentra en una amplia gama de cuerpos de agua quietos o de flujo lento, su rápida reproducción dentro del agua hace que no sean apreciadas, además de crecer de manera muy rápida para luego convertirse en plaga, a su vez en un buen complemento en la dieta alimentaria de ganado y peces.Esta lenteja de agua común también puede crecer en barro o rocas húmedas.</td><td colspan="2">Figura 37
Lenteja de agua
</td></tr>
</table>

Tabla 26

Ficha técnica de Sauce real

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">10</td><td colspan="2">Sauce Real</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Salicaceae</td><td>Asteroideae</td><td>Salix humboldtiana</td><td>Nativo</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">Comúnmente conocido como sauce real, sauce criollo o sauce de Ricker, es una especie de Salix originaria de América.

Este es un árbol de 25 m de altura. Generalmente, sus hojas aparecen en primavera, son verdes, caídas y simples. Teniendo la capsula como su fruto de color marrón claro con vastas semillas parecidas al algodón dentro de ellas.

Suele crecer en las orillas de ríos, estuarios y canales, en terrenos húmedos. El rango de distribución va hasta los 2800 msnm.</td><td colspan="2">Figura 38
Sauce Real
</td></tr>
</table>

Tabla 27

Ficha técnica de Sauce llorón

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">11</td><td colspan="2">Sauce llorón</td></tr>
<tr><th>Familia</th><th>Subfamilia</th><th>Nombre Científico</th><th>Condición</th></tr>
<tr><td>Salicaceae</td><td>Faboideae</td><td>Salix babilónica</td><td>Introducido</td></tr>
<tr><th colspan="2">Características</th><th colspan="2">Fotografía</th></tr>
<tr><td colspan="2">El sauce babilónico, originario del este de Asia, es un árbol decorativo muy atractivo que alcanza entre 8 y 12 metros de altura. Sus ramas son finas, flexibles y largas, colgando casi hasta el suelo. El tronco presenta una corteza agrietada, y sus hojas son lineal-lanceoladas, midiendo entre 8 y 15 cm de largo. Las inflorescencias, que brotan junto con las hojas, producen flores de un color amarillo pálido.
Crece de manera silvestre y no requiere cuidados especiales. Puede utilizarse como vallado y leña, y tiene un gran valor ecológico, ya que previene la erosión del suelo en las riberas de los ríos, protege la flora y fortalece los cauces ante posibles desbordamientos.</td><td colspan="2">Figura 39
Sauce llorón
</td></tr>
</table>

Tabla 28

Ficha técnica de Alamo blanco

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">12</td><td colspan="2">Alamo blanco</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Subfamilia</td><td>Nombre Científico</td><td>Condición</td></tr>
<tr><td>Salicaceae</td><td>Faboideas</td><td>Populus alba</td><td>Introducido</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Se trata de un árbol de porte mediano que puede alcanzar entre 16 y 27 metros de altura. Su corteza es lisa y presenta tonalidades que varían desde el blanco verdoso hasta un blanco grisáceo, con marcas oscuras en forma de diamante visibles en ejemplares jóvenes. Con el tiempo, estas marcas tienden a oscurecerse y agrietarse en la base del tronco en árboles más longevos. Las hojas, por su parte, oscilan entre los 4 y 15 centímetros de longitud.

El Álamo blanco requiere abundante luz y abundante humedad, y resiste bien para inundar el agua y los suelos ligeramente ácidos. Sus hojas verdes y blancas lo convierten en un árbol ornamental efectivo. Es muy atractivo como un árbol abierto en prados de agua, y debido a su extenso sistema de raíces. La madera es blanda.</td><td colspan="2">Figura 40
Alamo blanco
</td></tr>
</table>

Tabla 29

Ficha técnica de Mayu chillca

<table>
<tr><th colspan="2">NUMERO DE FICHA</th><th colspan="2">NOMBRE</th></tr>
<tr><td colspan="2">13</td><td colspan="2">Mayu-chillca</td></tr>
<tr><td>Familia</td><td>Subfamilia</td><td>Nombre Científico</td><td>Condición</td></tr>
<tr><td>Asteraceae</td><td>Asteroideae</td><td>Baccharis latifolia</td><td>Nativo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Características</td><td colspan="2">Fotografía</td></tr>
<tr><td colspan="2">Baccharis latifolia, conocido comúnmente como chillca. Este árbol se caracteriza por su rápido crecimiento, llega hasta 2 m de alto y 3 m de ancho con ramas verticiladas. Las hojas son ovaladas-lanceoladas, enteras y brillantes. Las inflorescencias surgen de las ramas axilares.

Su madera generalmente se usa como leña, la planta en jardinería. Además, de poseer propiedades medicinales.</td><td colspan="2">Figura 41
Mayu-chillca
</td></tr>
</table>

1.2.11. Categorización del humedal de Huasao

Tabla 30

Categorización y Jerarquización del Humedal de Huasao

<table>
<tr><td colspan="6">DATOS GENERALE</td></tr>
<tr><td colspan="2">Nombre del atractivo</td><td colspan="3">Humedal de Huasao</td><td>Ficha Nº</td></tr>
<tr><td colspan="2">Toponimia</td><td colspan="3">Conocida como la ciudad de los brujos</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">UBICACIÓN</td><td colspan="4">DATOS DE GEORREFERENCIA</td></tr>
<tr><td>Departamento/Región</td><td>Cusco</td><td rowspan="2">Coordenadas Geográficas (WGS 84)</td><td>Latitud</td><td colspan="2">13°34'24.92''S</td></tr>
<tr><td>Provincia</td><td>Quispicanchis</td><td>Longitud</td><td colspan="2">71°48'40.44''O</td></tr>
<tr><td>Distrito</td><td>Oropesa</td><td rowspan="2">Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)</td><td>Este</td><td colspan="2">195752.59 m E</td></tr>
<tr><td>Otros</td><td></td><td>Norte</td><td colspan="2">8497679.48 m S</td></tr>
<tr><td>Referencia</td><td>C.P Huasao</td><td>Altitud (m.s.n.m.)</td><td colspan="3">3125 msnm</td></tr>
<tr><td colspan="2">CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO</td><td colspan="4">FOTOGRAFÍA ACTUAL</td></tr>
<tr><td>Categoría</td><td>I - Sitios Naturales</td><td colspan="4" rowspan="4">Figura 42
Ciudad de los brujos
</td></tr>
<tr><td>Tipo</td><td>Cuerpos de Agua</td></tr>
<tr><td>Subtipo</td><td>Humedales</td></tr>
<tr><td colspan="2">DESCRIPCIÓN</td></tr>
<tr><td colspan="2">El Humedal de Huasao tiene una extensión de 5.5 Ha. Es mejor conocido por sus esculturas de fibra de vidrio de personajes ficticios como Groot, Baby Groot y Ents. Las esculturas pretenden transmitir un mensaje de protección al medio ambiente. Además, su pequeña laguna brinda una vista ideal del paisaje. Allí viven aves como patos andinos o garzas.</td><td colspan="4"></td></tr>
<tr><td colspan="2">PARTICULARIDAD</td><td colspan="4">RECONOCIMIENTO</td></tr>
<tr><td colspan="2">Es un Humedal recuperado</td><td colspan="4">“Recuperación del ecosistema con potencial ecoturístico y belleza paisajística del Humedal de Huasao, Distrito de Oropesa - Quispicanchi – Cusco” según el expediente 366122</td></tr>
<tr><td colspan="2">ESTADO ACTUAL</td><td colspan="4">OBSERVACIONES</td></tr>
<tr><td colspan="2">Regular los senderos y el paisaje que ofrece están en buenas condiciones</td><td colspan="4">Antes de su recuperación era un lugar abandonado y contaminado por los desechos del centro poblado de Huasao</td></tr>
</table>

Tabla 31

Características de la visita del humedal de Huasao

B. CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA DEL RECURSO TURÍSTICO					
TIPO DE VISITANTES. (pueden tener varias opciones) Indicar la cantidad de visitantes al recurso turístico					
Total, de visitantes		**Fuente de Datos**		**Año**	**Comentario**
Turistas Extranjeros	20	Producto de entrevistas realizado a visitantes al Humedal		2019	No contaban con registro específico procedencia
Turistas Nacionales	163				
Visitantes Locales (Excursionistas)	201				
RUTA DE ACCESO AL RECURSO TURISTICO					
La ruta de acceso comprende distintos trayectos. Es importante describir detalladamente cada uno de ellos, considerando los tramos desde la capital de la región, provincia o distrito más próximo (según corresponda) hasta el recurso turístico. En esta descripción se debe incluir el tipo de vía, la distancia recorrida y el tiempo que demanda, indicando estos datos en kilómetros y horas según el medio de transporte utilizado. Cabe señalar que pueden existir múltiples rutas para llegar al atractivo turístico.					
1.-Recorrido	**2.-Tramo**	**3.-Tipo de Acceso**	**4.-Medio de transporte**	**5.-Tipo de vía terrestre**	**6.-Distancia en km/ tiempo**
1	Cusco - Huasao	Terrestre	Bus, autos	Asfaltada	19 km a 45 minutos
1. Se asignará un número correlativo a cada recorrido (por ejemplo: 1, 2, 3, etc.). 2. Se detallarán los lugares que conforman cada tramo del trayecto. 3. Se especificará el tipo de acceso correspondiente, ya sea aéreo, terrestre, marítimo o fluvial. 4. Se indicará el medio de transporte empleado en el tramo (como autobús, taxi, caballo, automóvil, entre otros). 5. En el caso de accesos terrestres, se deberá precisar el tipo de vía utilizada: trocha carrozable, camino peatonal, camino de herradura, vía afirmada, vía asfaltada, entre otros.					
Marca x	TIPO DE INGRESO:			OBSERVACIONES	
☐	Libre			Costo del ingreso 3 soles nacionales y 5 soles extranjeros	
☐	Semi – restringido (Previo permiso)				
X	Previa presentación de boleto o ticket (especificara tarifa: niño, adulto. Estudiante etc.)				
☐	Otros (especificar)				
ÉPOCA A PROPICIA DE VISITA AL RECURSO (se puede marcar con X, más de una opción)					
Marcar X	Mencionar si la visita se puede realizar durante:				
X	Todo el año				
	Esporádicamente – algunos meses (especificar)				
	Fines de semana (especiar)				
	Otros (especificar)				
Horario de visita: De 8:00 am. Hasta las 4:40 pm.					
Especificaciones					

Tabla 32

Actividades turísticas del humedal de Huasao

ACTIVIDADES TURÍSTICAS			
Marca con x	**NATURALEZA**	**Marcar con x**	**DEPORTES/ AVENTURA**
X	Observación de aves		Ala delta
X	Observación de fauna		Caminatas / Tracking
X	Observación de flora		Caza deportiva
X	Observación de paisaje		Ciclismo
Marca con x	**PASEOS**		. . .
	Cruceros		Camping
	Paseos en bote		Eco caminatas sobre copas de arboles
	Paseos en caballo		Otros
	. . .	**Marcar con x**	**CULTURA Y FOLCLORE**
	Paseo en cuatrimotos		Ferias
X	Otros (paseo a pie)		Degustación y preparación de platos, productos o bebidas típicas.
			Rituales místicos
Marca con x	**DEPORTES AGUATICOS**		Visita y colaboración en actividades diarias del centro poblado.
	No se realiza ningún deporte acuático		Valoración de nuestras acciones artísticas.
Marca con x	**Otros**		Fiestas religiosas o patronales
x	Se pude realizar estudios de investigación. Toma de fotografías		Participación de y/u observación del proceso de observación de elaboración de productos locales

Tabla 33

Servicios turísticos actuales en el humedal de Huasao

D. SERVICIOS TURÍSTICOS ACTUALES			
D1.- INSTALACIONES PRIVADAS	**EN EL RECURSO**	**FUERA DE RECURSO**	
ALOJAMIENTO	**Marca con x**	**Marca con x**	**Ciudad más cercana donde se ubica el servicio**
Hoteles		**X**	Ciudad Cusco
Albergues		**X**	Ciudad Cusco
Apart-Hoteles		**X**	Ciudad Cusco
Hostales		**X**	Ciudad Cusco
Otros		**X**	Ciudad Cusco
ALIMENTACIÓN			
Restaurantes		**X**	Huasao, ciudad de Cusco
Kioscos de comida y bebidas		**X**	Huasao, ciudad de Cusco
Bares		**X**	Ciudad de cusco
Fuente de soda			
Cafetería		**X**	Ciudad de cusco
Venta de comida rápida		**X**	Ciudad de cusco
OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS			
Agencia de viajes		**X**	Ciudad de cusco
Servicio de guiado		**X**	Ciudad de cusco
Venta de artesanías		**X**	Huasao, ciudad de Cusco
Alquiler de camionetas 4x4		**X**	Ciudad de cusco
Alquiler de carruajes			
Alquiler de botes			
Alquiler de caballos			
Alquiler de cuatrimotos		**X**	Huasao
Otros			
LUGARES DE RECREACIÓN			
Discotecas		**X**	Ciudad de cusco
Peñas			
Cines o teatros		**X**	Ciudad de cusco
Juegos de casinos y/o tragamonedas		**X**	Ciudad de cusco
Karaoke		**X**	Ciudad de cusco
Bares		**X**	Ciudad de cusco
Juegos infantiles		**X**	Ciudad de cusco
Centros Deportivos		**X**	Ciudad de cusco
Hipódromos			
Lugares de picnic			
Otros			
D2.- INSTALACIONES PUBLICAS	**EN EL RECURSO**	**FUERA DE RECURSO**	
	Marca con x	**Marca con x**	**Ciudad más cercana donde se ubica el servicio**
Mirador turístico	**X**		
Parqueo de vehículos	**X**		
Señal turística de orientación	**X**		

Señales turísticas de interpretación			
Boletería	**X**		
Zona de muestra artesanales, souvenirs, otros	**X**		
Centros de interpretación			
Instalaciones para la exposición de flora y fauna silvestre			
Padrones turísticos			
Embarcaderos			
Muelles turísticos			
Marina turística			
Oficina de información turística		**X**	Ciudad de cusco
Camino peatonal	**X**		
Puestos de auxilio rápido		**X**	Ciudad de cusco, C.P. Huasao
Museos de sitio		**X**	Ciudad de cusco
Otros			

Tabla 34

Servicios complementarios dentro del humedal de Huasao

E. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS (Se puede marcar con X, más de una opción)			
	EN EL RECURSO	**FUERA DE RECURSO**	
	Marca con x	**Marca con x**	**Ciudad más cercana donde se ubica el servicio**
Servicio de internet	**x**	**X**	Ciudad de cusco
Bancos		**X**	Ciudad de cusco
Cajero automático		**X**	Ciudad de cusco
Casa de cambio		**X**	Ciudad de cusco
Estación de servicios, grifos…		**X**	Ciudad de cusco, y Distrito de Oropesa
Servicio de taxis		**X**	Ciudad de cusco
Centro de salud		**X**	Ciudad de cusco y Distrito de Oropesa
Bodegas minimarkets		**X**	Ciudad de cusco y CP. Huasao
Servicios de salvavidas			
Venta de material foto figura		**X**	Ciudad de Cusco
Seguridad / POLTUR / comisaria		**X**	Ciudad de cusco y Distrito de Oropesa
Librería		**X**	Ciudad de cusco, distrito Oropesa
Alquiler y compra de equipo deportivos		**X**	Ciudad de cusco
Otros		**X**	Mototaxis en el CP. Huasao

Tabla 35

Condiciones de accesibilidad para el visitante hacia el humedal de Huasao

F. CONDICIONES DE ACCESIBILIDAD PARA EL VISITANTE (Se puede marcar con X, más de una opción)						
PÚBLICOS	**EN EL RECURSO**					
	INSTALACIONES		**ACTIVIDADES Y/O PROGRAMAS**		**EQUIPAMIENTO**	
	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar	Marcar	Especificar
Personas con discapacidad						
• Física						
• Mental						
• Intelectual						
• Sensorial						
Niños	**X**	Diseño del circuito es plano por lo que tantos niños, jóvenes y adultos pueden realizar la visita				
Jóvenes	**X**					
Adultos Mayor	**X**					
Otros						

Tabla 36

Infraestructura básica del humedal de Huasao

G. INFRAESTRUCTURA BASICA (Se puede marcar con X, más de una opción)			
	EN EL RECURSO	**FUERA DEL RECURSO**	
	Marcar X	**Marcar con X**	**Ciudad más cercana donde se ubica el servicio**
Agua potable	**X**		
Luz (Suministro Eléctrico)	**X**		
Energía Alternativa			
Teléfono		**X**	CP. De Huasao
Alcantarillado	**X**		
Sistema de tratamiento			
Alternativo de residuos (Biodigestor, pozo séptico, otros)			
Señalización	**X**		
Otros	**X**		

Tabla 37

Saneamiento físico legal del humedal de Huasao

H. SANIAMIENTO FISICO LEGAL (Se puede marcar con X, más de una opción)		
Marca con X	**PROPIEDAD DEL RECURSO TURISTICO**	
X	Publico	Nombre: Municipalidad de Oropesa
	Privado	Nombre:
	Otra situación	
Marca con X	**DOCUMENTO DE SANIAMIENTO FISICO LEGAL**	
	1. Ficha Registral……. Numero departida……	
	2. Certificado de Compra-Venta:	
	3. Certificado de Posesión Nro.:	
	4. Otra situación	
ADMINISTRADO POR:		
Nombre: Municipalidad de Oropesa		
Tiempo de administración: desde el año 2018 hasta la fecha		

Tabla 38

Datos del responsable del recurso turístico

I. DATOS DEL RESPONSABLE	
INSTITUCION ENCARGADA	
PERSONA(s) DEL INVENTARIADO TURISTICO	
Nombres:	
Cargo:	
Fuente bibliográfica	
Marcar con X	**MATERIAL AUDIOVISUAL ACTUAL DEL RECURSO TURISTICO**
	Fotografías
	Videos
	Otros
REFERENCIAS DE LAS ULTIMAS INTERVENCIONES EN EL RECURSO TURISTICO	
FECHA	

*1.2.**12. Jerarquización del humedal de Huasao***

Tabla 39

Jerarquización del Humedal de Huasao

VALORACIÓN TOTAL	JERARQUÍA
De 50 a 60 puntos	4
De 40 a 49 puntos	3
De 20 a 39 puntos	2
De 10 a 19 puntos	1

Nota: Por las tesistas.

Tabla 40

Nombre del recurso turístico

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO				Nº Ficha
HUMEDAL DE HUASAO				**1**
Región	**Cusco**	**Categoría**	**I _ Sitios Naturales**	
Provincia	**Quispicanchis**	**Tipo**	**Cuerpos de Agua**	
Distrito	**Oropesa**	**Sub Tipo:**	**Humedales**	
Código	**CRITERIO DE EVALUACION**	**VALOR ASIGNADO**	**PONDERACION**	**TOTAL**
A	Particularidad	2	2	4
B	Publicaciones	2	0.5	1
C	Reconocimiento	2	1.5	3
D	Estado de conservación	4	1.5	6
E	Flujo de turistas	4	2	4
F	Facilidades	6	1	6
G	Representatividad	2	1	2
H	Inclusión en la visita turística	2	0.5	1
PUNTUAJE TOTAL				27
JERARQUIA				**2**
Fecha				
Comité Evaluador	Elaboración propia.			

El centro de recreación turístico “Humedal de Huasao” presenta una jerarquía de nivel 2, esto es producto de algunos servicios que no cuenta o falta de mantenimiento del mismo humedal y exteriores del parque recreacional.

1.2.13. Análisis FODA del Humedal

Análisis interno

Fortalezas.

1. Está ubicada cerca de la ciudad del Cusco.
2. Esta dentro del centro poblado de Huasao, donde se desarrolla también el famoso "turismo místico" y con demanda de turistas extranjeros nacionales y locales.
3. Es un atractivo singular con mucho potencial para la demanda local, nacional y extranjera.
4. Es un albergue que brindan refugio y alimentación para aves de paso o migratorias.
5. Representa un incremento en la educación mediante la conservación de flora y fauna.

Debilidades.

1. Deficiencia en el mantenimiento constante de las señalizaciones, esculturas y áreas de descanso.
2. Falta de plan de marketing.
3. Inadecuado servicio en la zona de parqueo.
4. Deficiencia en la protección y conservación de los espejos de agua.
5. Falta de paneles informativos.

Análisis externo

Oportunidades.

1. Es una alternativa de solución económica para la población mediante la apertura de servicios de recreación y alimentación.
2. Representa un paisaje único por la peculiar combinación de lo natural con lo artificial, además de ser un humedal recuperado de la región Cusco.
3. Incita a la población a la concientización y sensibilización del medio ambiente.

4. Está ubicada en la ruta del valle sur, por lo que se puede aprovechar la afluencia turística.
5. Principal destino en el distrito de Oropesa.

Amenazas.

1. Desastres naturales.
2. Crecimiento urbano mal planificado.
3. Contaminación a los alrededores del atractivo por incremento de visitantes sin educación ambiental.
4. Disputas por la administración del humedal de Huasao.
5. Comercio desordenado de otras actividades alternas.

Capítulo II

Metodología de investigación

2.1. Tipo de investigación.

La investigación desarrollada corresponde al tipo básico debido a que busco resolver una problemática de existente en el humedal de Huasao, específicamente respecto a la percepción de los turistas y la actividad turista. Las investigaciones de tipo básica se enfocan en obtener nuevo conocimiento de manera sistemática, con el propósito exclusivo de aumentar la comprensión de una realidad específica (Muntané, 2010, pág. 222).

2.2. Nivel de investigación

En esta investigación se aplicó el método hipotético-deductivo, orientado a la formulación de hipótesis que posteriormente se contrastan con la realidad para validar o rechazar su veracidad. Para Abreu (2014) “es un proceso de investigación científica que parte de la observación de un fenómeno, plantea una hipótesis como posible explicación y luego deduce consecuencias que pueden ser verificadas mediante la experimentación o la observación. Si los resultados confirman la hipótesis, esta se acepta provisionalmente; si no, se modifica o se rechaza” (pág. 6) .

2.3. Diseño de investigación

El presente estudio tiene un diseño no experimental, puesto que no se manipularon las variables de estudio, percepción del turista y actividades turística en el Humedal de Huasao. Según Hernández - Sampieri y Mendoza (2020) define a la investigación no experimental como “la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables”. (pág. 174)

2.4. Enfoque de investigación

El enfoque adoptado en esta investigación fue de carácter mixto, debido a que integró tanto procedimientos cuantitativos como cualitativos para el análisis de las variables estudiadas. Desde el componente cuantitativo, se trabajó con datos numéricos obtenidos a partir del cuestionario aplicado, utilizando técnicas de estadística descriptiva e inferencial que permitieron procesar, organizar y analizar de manera sistemática la información. En cuanto al componente cualitativo, este se sustentó en la estructura del propio cuestionario, cuya primera parte estuvo orientada a identificar la percepción del turista mediante ítems que expresan valoraciones y opiniones sobre su experiencia en el Humedal de Huasao. Las respuestas fueron posteriormente integradas y categorizadas a través de un proceso de baremación, lo que permitió interpretar de forma cualitativa los niveles de percepción expresados por los visitantes. De acuerdo con Hernández, Sampieri y Mendoza (2020), el enfoque mixto permite articular datos cuantitativos y cualitativos de manera crítica y coherente, garantizando un análisis integral, empírico y riguroso de los fenómenos estudiados (p. 51). Este enfoque resulta pertinente para la presente investigación, ya que posibilita comprender tanto la magnitud de los datos obtenidos como el significado subyacente en las percepciones de los turistas.

2.5. Alcance de investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque descriptivo–correlacional, debido a que no solo describe el comportamiento de las variables estudiadas la percepción de los turistas y la actividad turística en el Humedal de Huasao, ubicado en el distrito de Oropesa, sino que además busca analizar el grado de relación existente entre ambas. Hernández - Sampieri y Mendoza (2020) los estudios correlacionales tienen como finalidad “conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, variables, categorías o fenómenos en un contexto en particular, permitiendo cierto grado de predicción”. En este sentido, el enfoque adoptado resulta pertinente para determinar cómo se vinculan las

percepciones de los visitantes con el desarrollo de la actividad turística en el humedal (pág. 105)

2.6. Población y muestra

2.6.1. Población

La población está definida por 2 439 078 visitantes, los cuales visitaron a la región de Cusco en el año 2023, información fue obtenida según el Reporte Regional Turístico del Cusco (MINCETUR, 2023). De acuerdo a Hernández - Sampieri y Mendoza (2020) “El universo o población en conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (pág. 199).

2.6.2. Muestra

La muestra de la investigación estuvo compuesta por 384 visitantes, el cual será utilizado para realizar las encuestas. López (2004) “Una muestra es un subconjunto de la población total en la que se ejecutará la investigación. Existen varios métodos para determinar el tamaño de la muestra, como el uso de fórmulas y razonamientos lógicos, entre otros, que se explicarán más adelante. La muestra debe ser representativa de la población.” (pág. 69)

La muestra de los visitantes se determinó de acuerdo con la siguiente fórmula:

Aplicando la fórmula se obtiene el resultado de:

$$n = \frac{(N * Z^2)pq}{e^2(N-1) + Z^2 * pq}$$

$$n = \frac{(2439078 \quad * 1.96^2)0.5 * 0.5}{0.1^2(2439078 \quad - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 384$$

n=Muestra

N=Población: 2 439 078

Z=Intervalo o nivel de confianza 95% =1.96

p=Proporción estimada o probabilidad de éxito: 0.5

q=Probabilidad de error: 1-P =0.5

d=Error estándar: 0.05 = 5%

La muestra fue establecida por 384 visitantes.

2.8. Técnica e instrumento de recolección de datos

2.8.1. Técnicas

La técnica utilizada fue la encuesta puesto que es una técnica muy adecuada para obtener los resultados que se pretende alcanzar. Según Rojas (2011) "La encuesta es un método estándar, comprobado a través de la práctica, que se utiliza especialmente para obtener y transformar información relevante con el fin de resolver problemas de conocimiento en diversas disciplinas científicas" (Rojas, 2011, pág. 3).

2.8.2. Instrumento

El instrumento empleado fue el cuestionario, realizado en base a cada variable, así como las dimensiones e indicadores respectivos, el mismo que está compuesto de 22 ítems, con una escala Likert con alternativas desde Muy en desacuerdo, En desacuerdo, Ni en de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Muy de acuerdo.

2.9. Procedimiento de recolección de datos

Después del trabajo de campo se realizó el procesamiento de datos a través de dos programas Excel y SSPS estadística 27. El primero para el ordenamiento de los datos y el segundo para la estadística inferencial y descriptiva, a través del cual se obtuvieron las tablas y figuras, con su respectiva interpretación.

2.10. Resultados de la investigación

2.10.1. Aspectos generales de los visitantes al humedal de Huasao.

Tabla 41

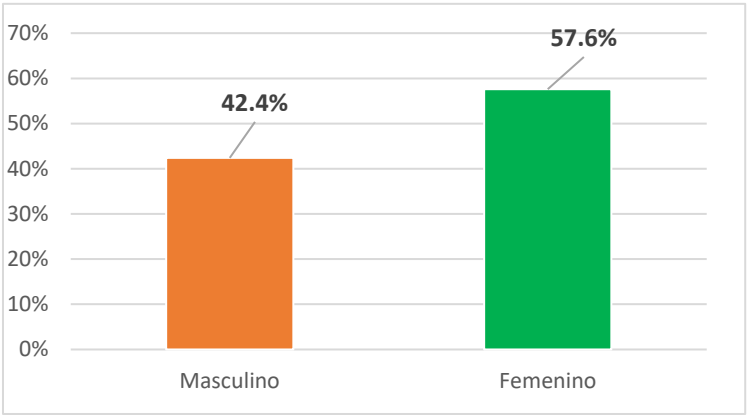
Genero de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	163	42,4%
Femenino	221	57,6%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 43

Género de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27

Interpretación:

En la tabla y figura anterior, muestra la distribución de visitantes al Humedal de Huasao según su sexo. Se observa una mayor proporción de visitantes femeninos (57.6%) en comparación con los masculinos (42.4%). Esta información podría ser relevante para diseñar estrategias de promoción turística diferenciadas, adaptando la comunicación y los servicios a las preferencias y necesidades específicas de cada género. Además, podría indicar una mayor participación de las mujeres en actividades relacionadas con el turismo de naturaleza y ecoturismo, lo cual podría ser explorado en futuras investigaciones.

Tabla 42

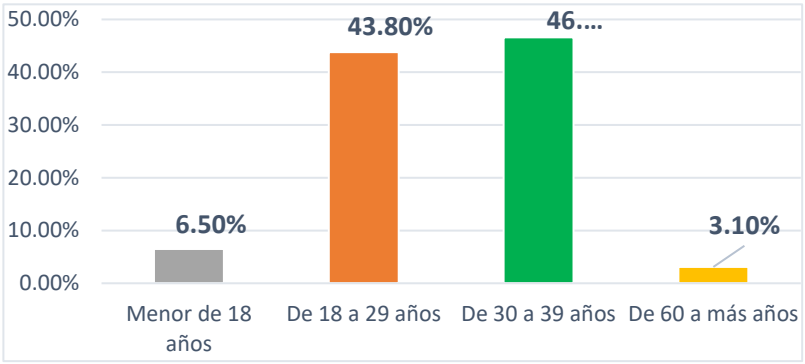
Edad de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 18 años	25	6,5%
De 18 a 29 años	168	43,8%
De 30 a 39 años	179	46,6%
De 60 a más años	12	3,1%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 44

Edad de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación:

En la tabla y figura anterior, se observa que los visitantes son menores de 18 años, representando el 6.5% del total, los visitantes de 30 a 39 años (46.6%), luego los de 18 a 29 años (43.8%) y, finalmente, los visitantes de 60 años o más (31%). Por tanto, es probable que los adultos jóvenes y de mediana edad tengan un mayor interés en visitar áreas naturales como el Humedal de Huasao. Este interés puede estar motivado por el deseo de disfrutar de actividades recreativas al aire libre, como caminatas o paseos en bicicleta, o por un interés en la educación ambiental y la conservación de la naturaleza. Pues, este grupo etario suele tener mayor flexibilidad en sus horarios y recursos económicos para realizar actividades como visitar el humedal. A diferencia de los menores de edad, que suelen tener horarios escolares más rígidos, o de los adultos mayores, que pueden tener limitaciones físicas o económicas.

Tabla 43

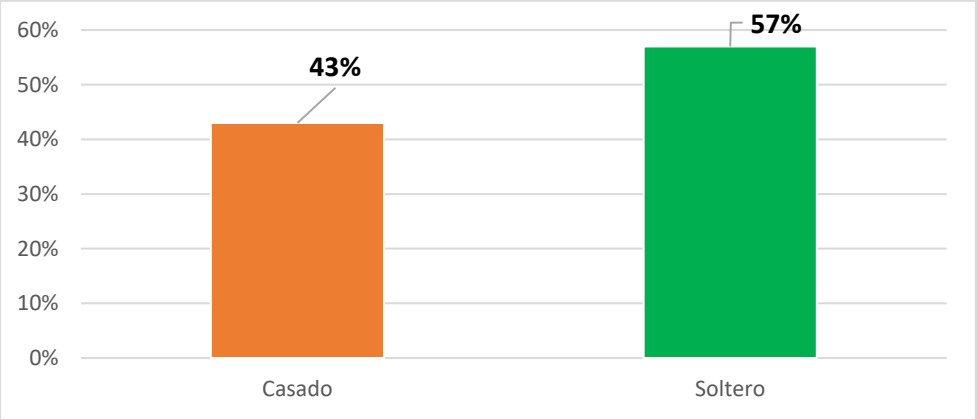
Estado civil de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Casado	165	43%
Soltero	219	57%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 45

Estado civil de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación:

En la tabla 43 y figura 47, se visualiza la distribución de los visitantes al Humedal de Huasao según su estado civil. La mayoría de los visitantes eran solteros, representando un 57% del total, mientras que los casados representaban un 43%. Este resultado sugiere que se podrán diseñar productos turísticos enfocados en solteros, como paquetes individuales o actividades grupales para personas que viajan solas. La promoción turística del humedal podría haberse dirigido principalmente a solteros, utilizando imágenes y mensajes que resaltaran la posibilidad de disfrutar de la naturaleza y la tranquilidad de forma individual o con amigos. El mayor porcentaje de visitantes solteros podría haber tenido implicaciones en la economía local, ya que este grupo demográfico puede tener diferentes patrones de gasto y preferencias de consumo en comparación con las parejas o familias.

Tabla 44

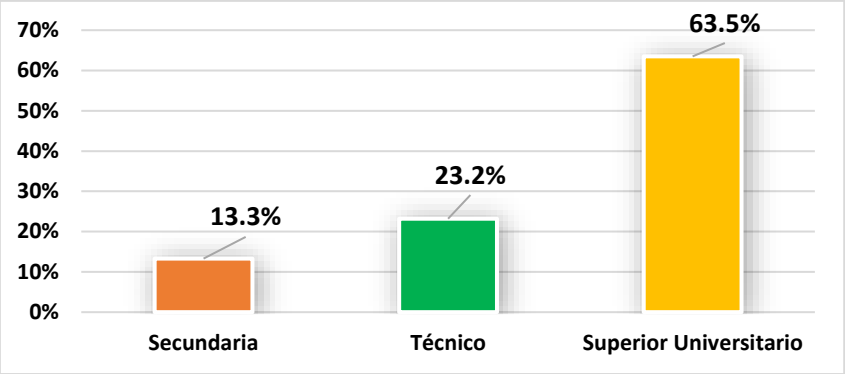
Grado de Instrucción de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	51	13,3%
Técnico	89	23,2%
Superior Universitario	244	63,5%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 46

Grado de Instrucción de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación:

En la tabla 44 y figura 48, se muestra la distribución del nivel de educación de los visitantes al Humedal de Huasao. Se observa que la mayoría de los visitantes tiene un nivel de educación superior universitario (63.5%), seguido de aquellos con educación técnica (23.2%) y, por último, los que tienen educación secundaria (13.3%). Esta información es relevante para la tesis, ya que puede ayudar a comprender el perfil educativo de los turistas que visitan el humedal. Un alto porcentaje de visitantes con educación superior podría indicar un mayor interés en el ecoturismo y en actividades educativas relacionadas con el humedal, lo que podría ser aprovechado para diseñar productos turísticos específicos. Además, esta información podría tener implicaciones en la forma en que se comunica y promociona el humedal.

Tabla 45

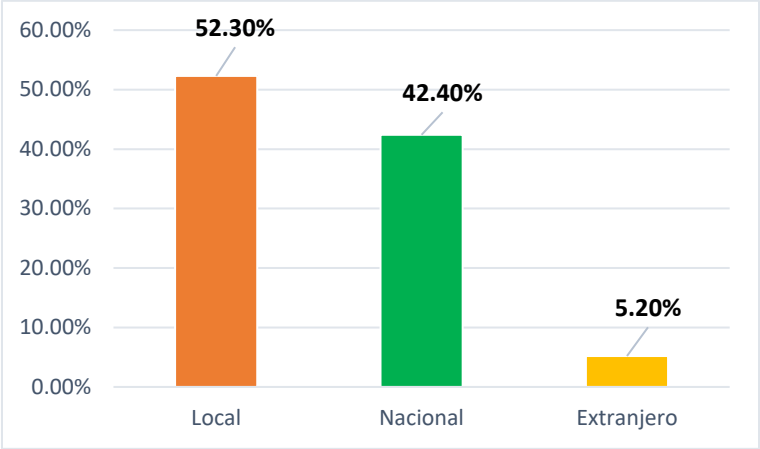
Procedencia de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Local	201	52,3%
Nacional	163	42,4%
Extranjero	20	5,2%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 47

Procedencia de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación:

En la tabla 46 y grafico 49, se muestran la procedencia de los visitantes al Humedal de Huasao, clasificados como locales, nacionales y extranjeros. Se observa que la mayoría de los visitantes son locales (52.3%), seguidos por los nacionales (42.4%) y una pequeña proporción de extranjeros (5.2%). Esta información es relevante, ya que la mayoría de los visitantes al Humedal de Huasao son locales, lo que indica su importancia para la comunidad cercana y su potencial para el desarrollo de iniciativas turísticas comunitarias. Aunque también atrae a visitantes nacionales, aún no es un destino internacionalmente reconocido, lo que abre oportunidades para estrategias de promoción dirigidas a este mercado. Esta información es crucial para comprender el impacto del humedal en el turismo local y nacional.

Tabla 46

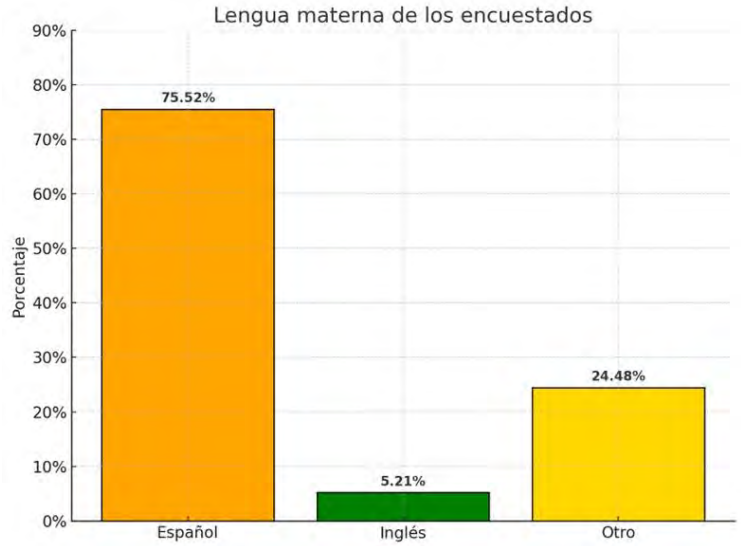
Lengua materna de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Español	290	75,52%
Ingles	20	5,21%
Otro	94	24,48%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 48

Lengua materna de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación:

En la tabla 46 y grafico 48, se muestran la distribución de los idiomas hablados por los visitantes del Humedal de Huasao. El español es el idioma predominante, hablado por el 75.52% de los visitantes, seguido del inglés con un 5.21% y otros idiomas con un 24.48%. El predominio del español entre los visitantes del Humedal de Huasao sugiere que la mayoría son locales o nacionales, lo que implica adaptar los materiales de promoción a este público. La presencia de visitantes angloparlantes indica la necesidad de desarrollar servicios en inglés para atraer a más turistas internacionales. La diversidad de idiomas, aunque pequeña, sugiere la importancia de considerar estrategias de inclusión en la promoción y gestión del turismo.

Tabla 47

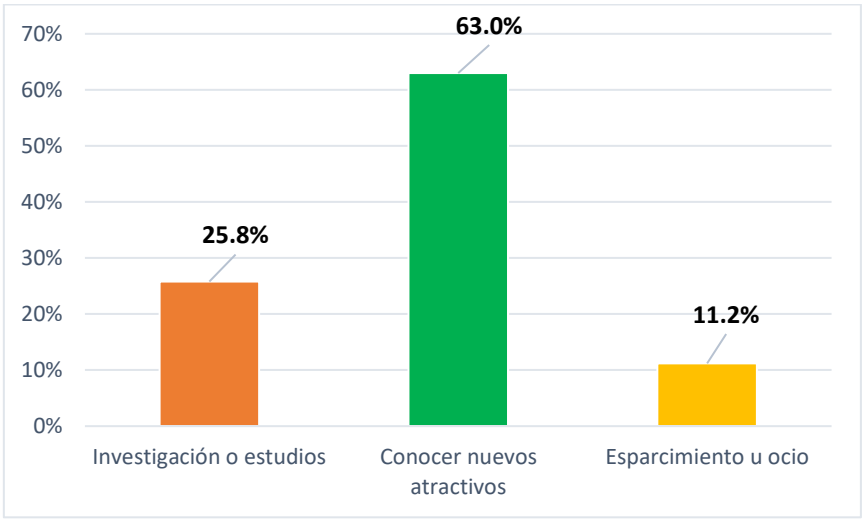
Motivo de visita de los encuestados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Investigación o estudios	99	25,8%
Conocer nuevos atractivos	242	63,0%
Esparcimiento u ocio	43	11,2%
Total	**384**	**100%**

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 49

Motivo de visita de los encuestados



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación:

En la tabla 47 y figura 51, se muestran las motivaciones de los visitantes al Humedal de Huasao. La razón principal para visitar el humedal es "conocer nuevos atractivos" (63%), seguida de "investigación o estudios" (25.8%) y finalmente "esparcimiento u ocio" (11.2%). La mayoría de los visitantes del Humedal de Huasao buscan conocer nuevos atractivos, lo que indica su potencial como destino turístico novedoso. Además, un porcentaje significativo de visitantes acude por motivos de investigación o estudios, destacando su valor educativo y científico. La menor proporción de visitantes que buscan esparcimiento u ocio sugiere una oportunidad para desarrollar actividades recreativas que atraigan a un público más amplio.

2.10.2. Resultados descriptivos por variables y dimensiones

Regla de baremación

Tabla 48

Regla de baremación

Percepción del turista			**Actividad turística**		
Percepción buena	6	14	Nivel ineficiente	16	37
Percepción regular	15	22	Nivel regular	38	58
Percepción mala	23	30	Nivel eficiente	59	80

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

La regla de baremación utilizada en la presente investigación permite transformar las puntuaciones obtenidas a partir de la escala tipo Likert en niveles cualitativos que facilitan la comprensión de los resultados de cada variable. Para ello, primero se aplicó una escala de cinco categorías: “Muy en desacuerdo”, “En desacuerdo”, “Ni de acuerdo ni en desacuerdo”, “De acuerdo” y “Muy de acuerdo”, a partir de la cual se asignaron valores numéricos que luego fueron sumados para cada participante. Posteriormente, estos puntajes acumulados se agruparon en rangos que dieron lugar a tres niveles interpretativos. En el caso de la variable percepción del turista, los puntajes se clasificaron en percepción buena, percepción regular y percepción mala, mientras que para la variable actividad turística, los puntajes se organizaron en nivel ineficiente, nivel regular y nivel eficiente.

Diagnóstico de la realidad problemática

Tabla 49

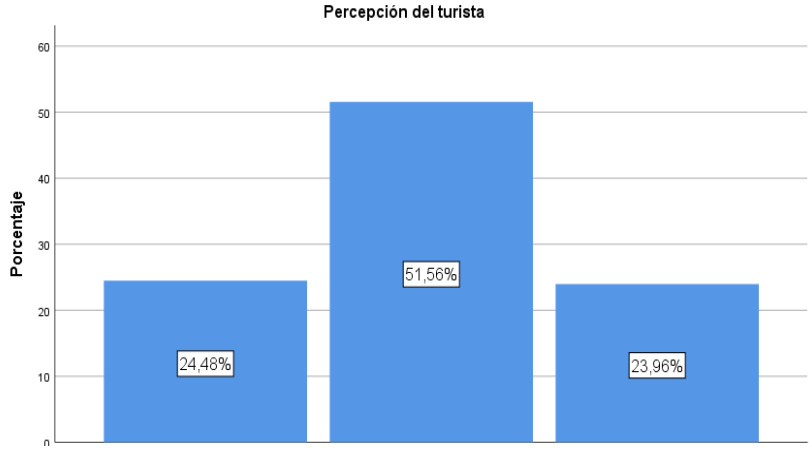
Percepción del turista

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Percepción buena	92	24,0	24,0	24,0
Percepción regular	198	51,6	51,6	75,6
Percepción mala	94	24,5	24,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 50

Percepción del turista



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: La información recopilada evidencia que la percepción del turista respecto a su experiencia en el Humedal de Huasao se concentra principalmente en un nivel regular, representando al 51,6 % de los visitantes, lo cual sugiere que, aunque existen aspectos positivos en el destino, aún persisten limitaciones que impiden generar una experiencia altamente satisfactoria. Asimismo, un 24,5 % expresó una percepción mala, reflejando la presencia de deficiencias vinculadas a la infraestructura, la señalización, la calidad de los servicios ofrecidos y la conservación del entorno natural. Paralelamente, un 24,0 % manifestó una percepción buena, lo que indica que una parte de los turistas valora favorablemente ciertos elementos del atractivo, aunque esta proporción no es predominante. En conjunto, los resultados muestran que el humedal posee un potencial importante.

Tabla 50

Información recibida

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Percepción buena	87	22,7	22,7	22,7
Percepción regular	185	48,2	48,2	70,9
Percepción mala	112	29.2	29.2	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 51

Información recibida



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: La información recibida por los visitantes del Humedal de Huasao presenta una tendencia mayoritariamente regular, ya que el 48,2 % de los encuestados consideró que la orientación proporcionada antes o durante la visita no fue completamente adecuada, lo que evidencia que, aunque existe un esfuerzo por brindar datos sobre el destino, este resulta insuficiente para satisfacer plenamente las necesidades informativas del turista. Asimismo, un 22.7 % manifestó haber recibido buena información, lo que indica que una parte de los visitantes sí encontró datos claros y útiles, aunque este porcentaje aún es reducido en comparación con quienes perciben la información como limitada. Finalmente, un 29,2 % calificó la información como mala, reflejando deficiencias relacionadas con la falta de señalización interpretativa, la escasa presencia de paneles explicativos, la limitada orientación del personal y la carencia de contenido accesible en redes o plataformas digitales.

Resultados para la dimensión servicio turístico

Tabla 51

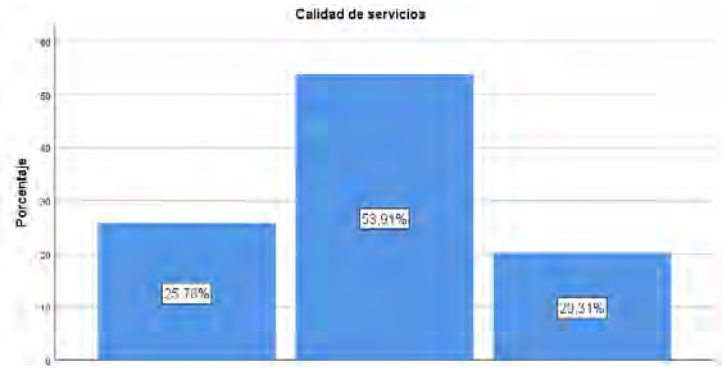
Calidad de servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Percepción buena	78	20.3	20,3	20,3
Percepción regular	207	53,9	53,9	74,2
Percepción mala	99	25,8	25,8	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 52

Calidad de servicios



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: Los resultados obtenidos, muestran que la mayoría de los visitantes, equivalente al 53,9 %, percibe esta dimensión de manera regular, lo que indica que los servicios ofrecidos cumplen parcialmente las expectativas, pero aún presentan deficiencias que impiden generar una experiencia plenamente satisfactoria. Por otro lado, el 20,3 % de los encuestados manifestó una percepción buena, lo que evidencia que una parte de los turistas sí reconoce aspectos positivos en la atención recibida, aunque este porcentaje continúa siendo menor que el grupo que considera que los servicios solo alcanzan un nivel intermedio. Asimismo, el 25,8 % expresó una percepción mala, reflejando insatisfacción asociada a problemas como la atención del personal, el estado de los servicios higiénicos, la disponibilidad de áreas de descanso y la eficiencia en la orientación al visitante.

Resultados descriptivos para la variable actividad turística

Tabla 52

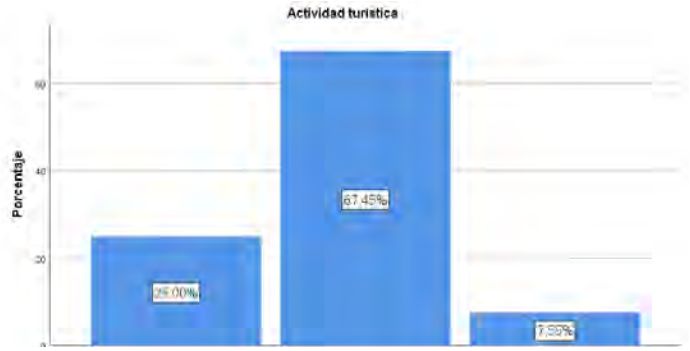
Actividad turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Percepción buena	29	7,6	7,6	7,6
Percepción regular	259	67,4	67,4	75,0
Percepción mala	96	25.0	25.0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 53

Actividad turística



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: La evaluación de la actividad turística en el Humedal de Huasao muestra que la mayoría de los visitantes, equivalente al 75,0 %, percibe esta dimensión como regular, lo que indica que, aunque se desarrollan actividades turísticas en el destino, estas no alcanzan niveles óptimos de dinamismo, diversidad o calidad, reflejando limitaciones en la oferta, en la organización del recorrido y en la articulación de los actores involucrados. Por su parte, el 7.6 % de los encuestados manifestó una percepción buena, lo cual evidencia que una parte de los visitantes reconoce aspectos favorables en las actividades disponibles. Finalmente, un 25,0 % expresó una percepción mala, lo que sugiere la existencia de problemas relacionados con la disponibilidad de actividades. En conjunto, los resultados evidencian que la actividad turística requiere fortalecerse mediante mejoras en planificación.

Resultados para la dimensión demanda turística

Tabla 53

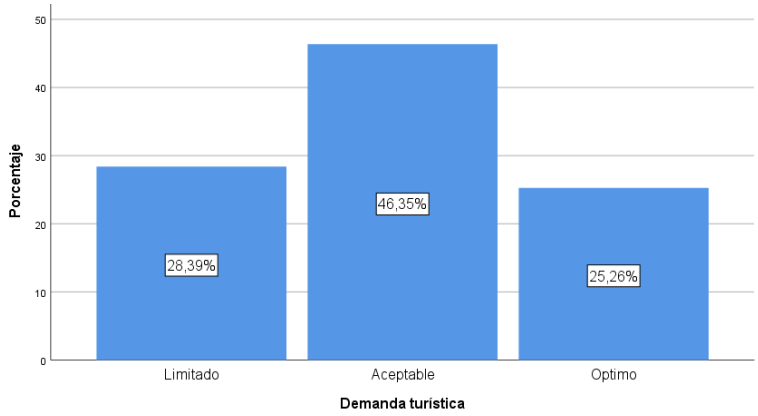
Demanda turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Limitado	109	28,4	28,4	28,4
Aceptable	178	46,4	46,4	74,7
Optimo	97	25,3	25,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 54

Demanda turística



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: En relación con la demanda turística, los resultados evidencian que el 46,4% de los encuestados la considera *aceptable*, lo que sugiere que el flujo de visitantes hacia el humedal de Huasao es constante, aunque no plenamente desarrollado. Un 28,4% percibe la demanda como *limitada*, lo cual refleja una baja afluencia en determinados periodos o escasa promoción del destino. Por su parte, solo el 25,3% la valora como *óptima*, lo que indica que una proporción menor de visitantes considera que la atracción turística tiene un buen nivel de convocatoria. Estos resultados permiten inferir que, aunque existe un nivel medio de interés turístico, es necesario implementar estrategias de promoción y diversificación de productos que estimulen una mayor y sostenida afluencia de turistas.

Resultados para la dimensión oferta turística

Tabla 54

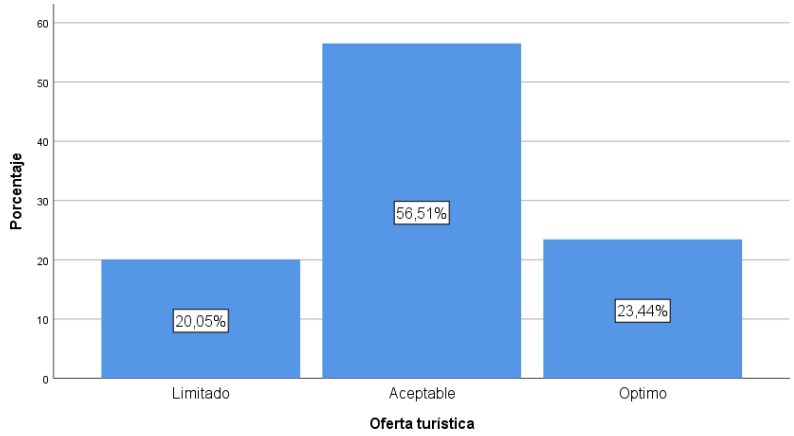
Oferta turística

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Limitado	77	20,1	20,1	20,1
Aceptable	217	56,5	56,5	76,6
Optimo	90	23,4	23,4	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 55

Oferta turística



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: Respecto a la oferta turística, el 56,5% de los encuestados la califica como aceptable, lo cual indica que, si bien los servicios y productos disponibles en el humedal de Huasao permiten el desarrollo de la actividad turística, estos aún presentan aspectos por mejorar. Un 20,1% considera que la oferta es limitada, evidenciando la necesidad de ampliar o diversificar las alternativas ofrecidas, como actividades recreativas, gastronómicas o culturales. En contraste, solo el 23,4% percibe la oferta como óptima, lo que sugiere que una parte menor de los visitantes encuentra plenamente cubiertas sus expectativas. En conjunto, estos resultados reflejan que, aunque existe una base turística funcional, se requiere fortalecer la variedad, calidad y articulación de los servicios para consolidar una oferta más competitiva y sostenible.

Resultados para la dimensión espacio geográfico

Tabla 55

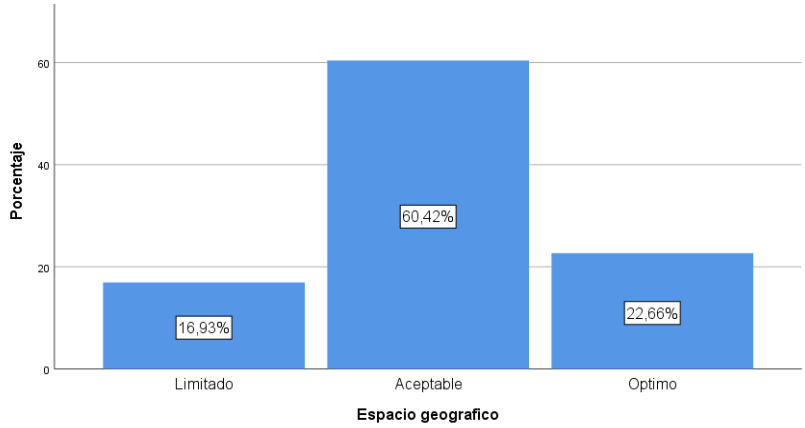
Espacio geográfico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Limitado	65	16,9	16,9	16,9
Aceptable	232	60,4	60,4	77,3
Optimo	87	22,7	22,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 56

Espacio geográfico



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: En cuanto al espacio geográfico, los resultados muestran que el 60,4% de los encuestados lo percibe como aceptable, lo que indica que el entorno del humedal de Huasao cumple con condiciones razonables en cuanto a accesibilidad, señalización y entorno físico para el desarrollo de la actividad turística. Un 16,9% considera que el espacio es limitado, lo cual señala restricciones en la infraestructura vial, equipamiento o en el ordenamiento del territorio que podrían dificultar la experiencia del visitante. Por otro lado, un 22,7% lo valora como óptimo, lo que sugiere que una parte del público encuentra satisfactorias las condiciones espaciales del lugar. Estos datos permiten concluir que, aunque el área geográfica ofrece condiciones aceptables para la actividad turística, se requiere una gestión territorial más eficiente y planificada que favorezca su desarrollo sostenible.

Resultados para la dimensión operadores de mercado

Tabla 56

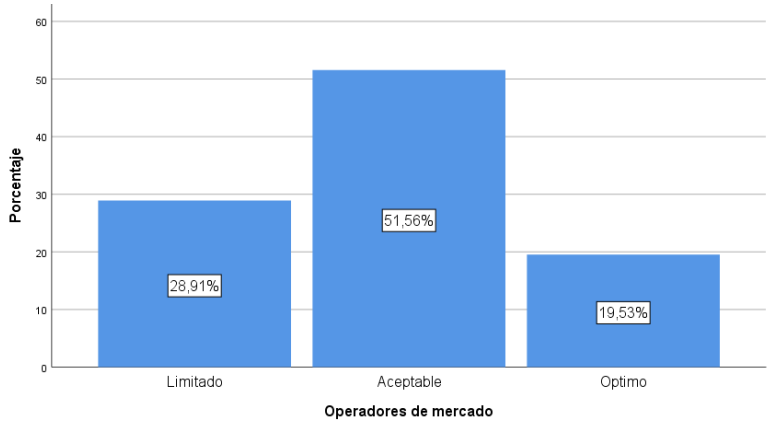
Operadores de mercado

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Limitado	111	28,9	28,9	28,9
Aceptable	198	51,6	51,6	80,5
Optimo	75	19,5	19,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 57

Operadores de mercado



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: En relación con los operadores de mercado, el 51,6% de los encuestados los califica como aceptables, lo que indica que existe una presencia moderada de agencias de viaje, guías turísticos u otras entidades relacionadas con la intermediación de servicios turísticos en el humedal de Huasao. Sin embargo, un 28,9% percibe su participación como limitada, lo que evidencia una débil articulación comercial y escasa promoción del destino a través de canales formales. Solo un 19,5% considera que la presencia de operadores es óptima, lo que refleja una baja valoración positiva en esta dimensión. Estos resultados permiten concluir que se requiere fortalecer la articulación con el sector privado, mejorar los canales de promoción y profesionalizar la oferta turística local para dinamizar el mercado y posicionar el humedal de manera más competitiva.

2.10.3. Resultados del objetivo específico 1: Percepción de turista

El objetivo específico 1, tiene como finalidad "Describir la percepción del turista sobre la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023"

Tabla 57

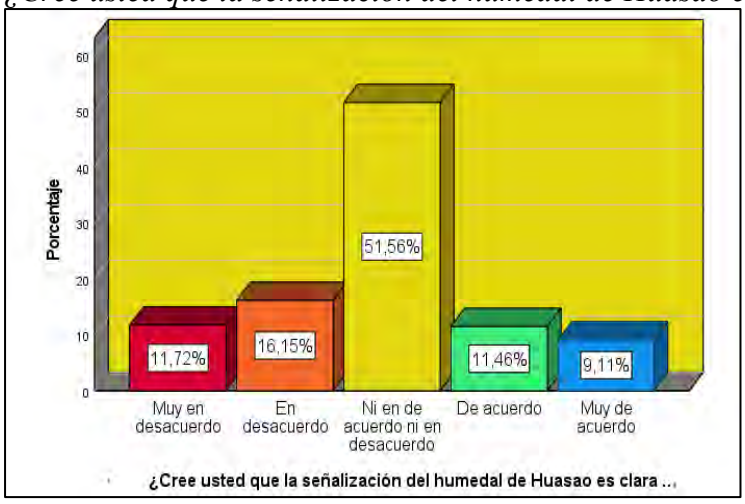
¿Cree usted que la señalización del humedal de Huasao es clara y fácil de entender?

	N	%
Muy en desacuerdo	45	11,7%
En desacuerdo	62	16,1%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	198	51,6%
De acuerdo	44	11,5%
Muy de acuerdo	35	9,1%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 58

¿Cree usted que la señalización del humedal de Huasao es clara y fácil de entender?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: La mayoría de los encuestados 51,56 % respondió que ni está de acuerdo ni en desacuerdo con que la señalización del humedal de Huasao sea clara y fácil de entender, lo cual refleja cierta indiferencia o falta de claridad en su experiencia. Además, un 16,15 % está en desacuerdo y un 11,72 % muy en desacuerdo, lo que indica que una parte importante considera que la señalización es deficiente. Solo un 11,46 % y un 9,11 % afirmaron estar de acuerdo y muy de acuerdo respectivamente. En general, estos datos muestran que la señalización debe mejorarse para facilitar la orientación de los visitantes.

Tabla 58

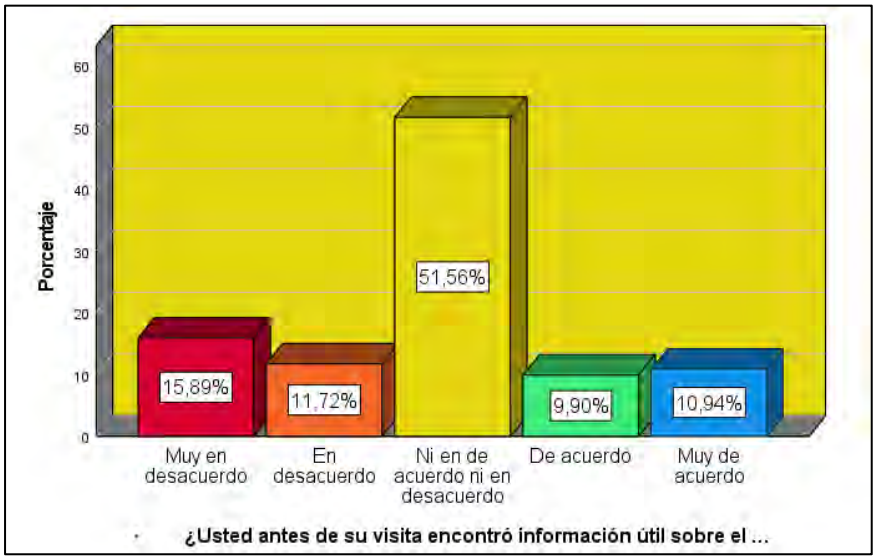
¿Usted antes de su visita encontró información útil sobre el humedal en redes sociales o páginas web?

	N	%
Muy en desacuerdo	61	15,9%
En desacuerdo	45	11,7%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	198	51,6%
De acuerdo	38	9,9%
Muy de acuerdo	42	10,9%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 59

¿Usted antes de su visita encontró información útil sobre el humedal en redes sociales o páginas web?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: Una parte considerable de los visitantes 51,56 % indicó una postura neutral frente a la utilidad de la información encontrada en redes sociales o páginas web. Asimismo, un 15,89 % expresó estar muy en desacuerdo y un 11,72 % en desacuerdo, lo que refleja una percepción negativa en torno al contenido disponible. En contraste, solo un 10,94 % y un 9,90 % mostraron conformidad. Estos datos evidencian que la información previa es poco accesible o visible, y se requiere mejorar su difusión digital.

Tabla 59

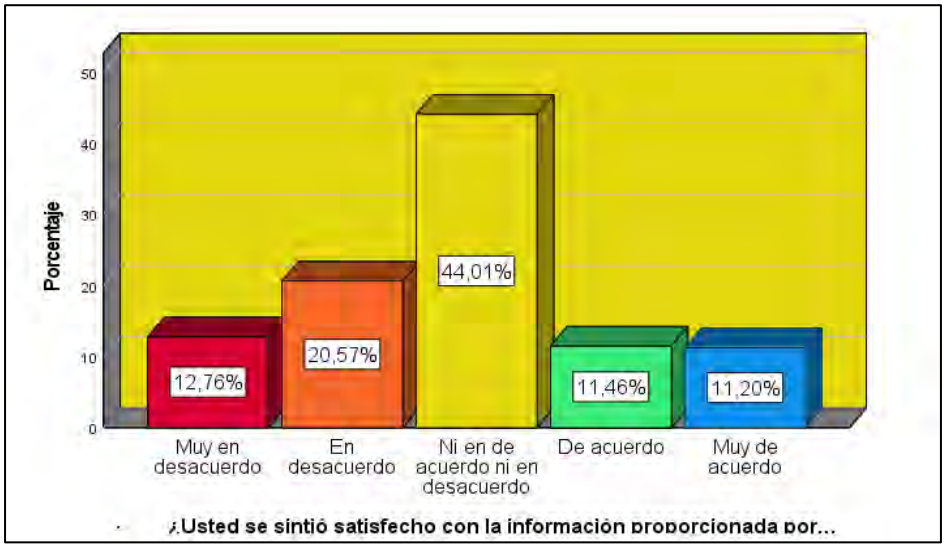
¿Usted se sintió satisfecho con la información proporcionada por los informadores del humedal de Huasao?

	N	%
Muy en desacuerdo	49	12,8%
En desacuerdo	79	20,6%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	169	44,0%
De acuerdo	44	11,5%
Muy de acuerdo	43	11,2%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 60

¿Usted se sintió satisfecho con la información proporcionada por los informadores del humedal de Huasao?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: Según los resultados, el 44,01 % de los encuestados manifestó una postura neutral respecto a la satisfacción con la información brindada por los informadores del humedal. A ello se suman un 20,57 % que estuvo en desacuerdo y un 12,76 % muy en desacuerdo, lo que indica una percepción mayoritariamente poco favorable. En contraste, solo un 11,46 % y un 11,20 % expresaron estar de acuerdo y muy de acuerdo, respectivamente. En conjunto, los datos reflejan la necesidad de mejorar la preparación del personal y la calidad de la información ofrecida durante la visita.

Tabla 60

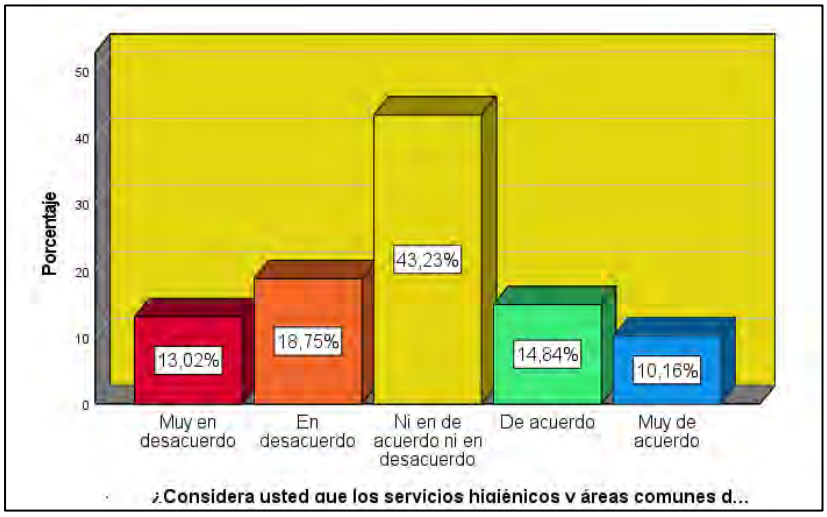
¿Considera usted que los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao mantienen un buen estado?

	N	%
Muy en desacuerdo	50	13,0%
En desacuerdo	72	18,8%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	166	43,2%
De acuerdo	57	14,8%
Muy de acuerdo	39	10,2%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 61

¿Considera usted que los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao mantienen un buen estado?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: La mayoría de los encuestados 43,23 % adoptó una postura neutral respecto al estado de los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao. Además, un 18,75 % estuvo en desacuerdo y un 13,02 % muy en desacuerdo, lo que indica una percepción moderadamente negativa en este aspecto. Por el contrario, solo el 14,84 % manifestó estar de acuerdo y el 10,16 % muy de acuerdo, evidenciando que menos de una cuarta parte considera que estos espacios se mantienen en buen estado. En general, los resultados revelan la necesidad de mejorar la limpieza, mantenimiento y condiciones de estas áreas para ofrecer una mejor experiencia al visitante.

Tabla 61

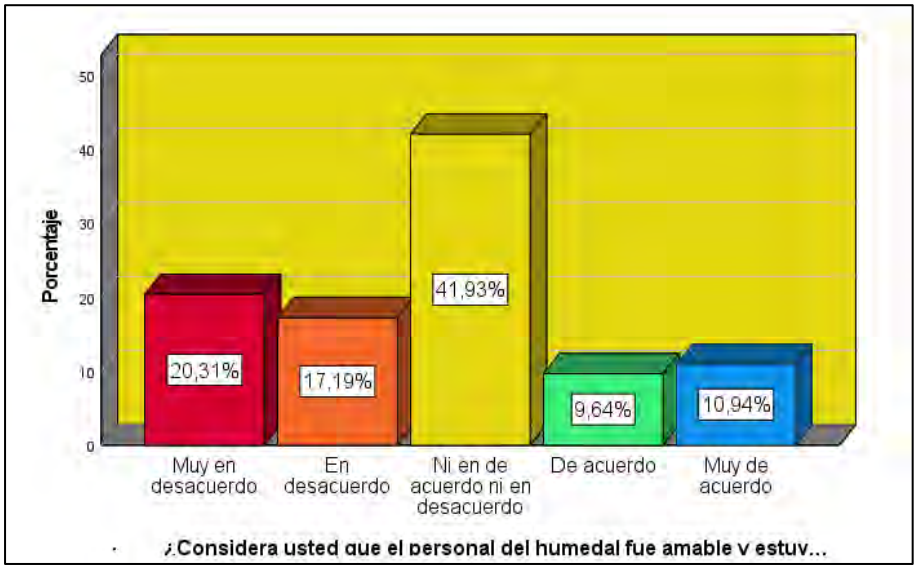
¿Considera usted que el personal del humedal fue amable y estuvo dispuesto a resolver sus dudas durante su visita?

	N	%
Muy en desacuerdo	78	20,3%
En desacuerdo	66	17,2%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	161	41,9%
De acuerdo	37	9,6%
Muy de acuerdo	42	10,9%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 62

¿Considera usted que el personal del humedal fue amable y estuvo dispuesto a resolver sus dudas durante su visita?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: Al analizar la percepción sobre la amabilidad y disposición del personal del humedal, se observa que el 41,93 % de los encuestados se mantuvo en una posición neutral, mientras que un 20,31 % expresó estar muy en desacuerdo y un 17,19 % en desacuerdo, lo que refleja una percepción mayormente crítica. En contraste, apenas el 10,94 % indicó estar muy de acuerdo y el 9,64 % de acuerdo, lo cual evidencia una valoración positiva baja. Estos resultados sugieren que la atención al visitante requiere mejoras significativas, especialmente en aspectos de trato y orientación por parte del personal.

Tabla 62

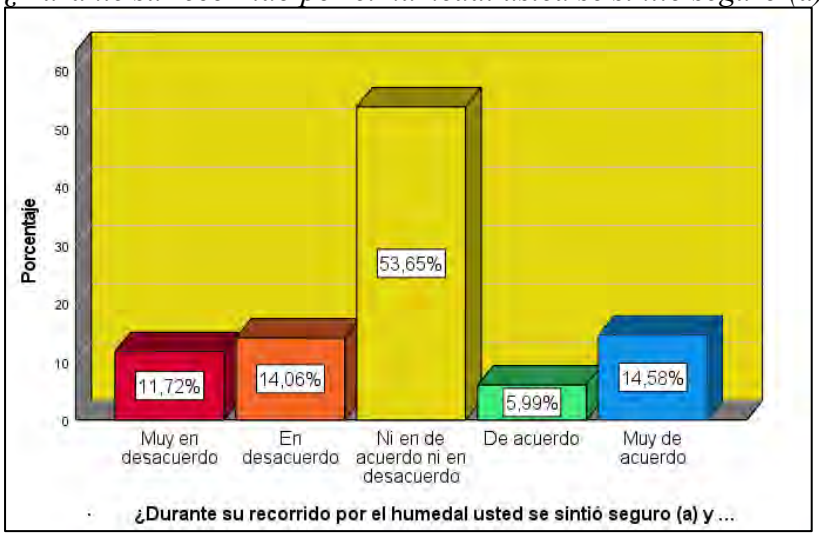
¿Durante su recorrido por el humedal usted se sintió seguro (a) y bien orientad (o)?

	N	%
Muy en desacuerdo	45	11,7%
En desacuerdo	54	14,1%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	206	53,6%
De acuerdo	23	6,0%
Muy de acuerdo	56	14,6%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 63

¿Durante su recorrido por el humedal usted se sintió seguro (a) y bien orientad (o)?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: En cuanto a la seguridad y orientación durante el recorrido por el humedal, el 53,65 % de los encuestados eligió una posición neutral, lo que podría reflejar indiferencia o falta de una experiencia claramente positiva o negativa. A su vez, un 14,06 % indicó estar en desacuerdo y un 11,72 % muy en desacuerdo, mostrando que más de una cuarta parte no se sintió plenamente segura ni bien orientada. En contraste, solo un 14,06 % estuvo muy de acuerdo y un 5,99 % de acuerdo, lo que sugiere que una minoría valoró favorablemente este aspecto. En conjunto, los datos muestran que es necesario reforzar tanto la señalización como los elementos de seguridad para mejorar la experiencia del visitante.

Tabla 63

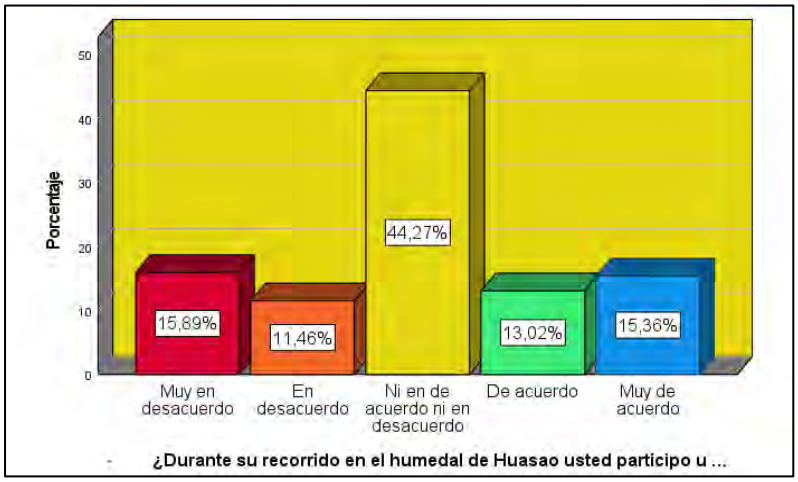
¿Durante su recorrido en el humedal de Huasao usted participo u observo actividades culturales?

	N	%
Muy en desacuerdo	61	15,9%
En desacuerdo	44	11,5%
Ni en de acuerdo ni en desacuerdo	170	44,3%
De acuerdo	50	13,0%
Muy de acuerdo	59	15,4%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Figura 64

¿Durante su recorrido en el humedal de Huasao usted participo u observo actividades culturales?



Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Interpretación: Los datos muestran que el 44,27 % de los encuestados se mantuvo en una postura neutral respecto a si participó u observó actividades culturales durante su recorrido en el humedal, lo que podría indicar desconocimiento o baja presencia de dichas actividades. Además, un 15,89 % respondió muy en desacuerdo y un 11,46 % en desacuerdo, lo que sugiere que una parte significativa no tuvo contacto con elementos culturales. En cambio, el 13,02 % estuvo de acuerdo y el 15,36 % muy de acuerdo, reflejando que una minoría sí logró vincularse con alguna actividad cultural. En general, estos resultados evidencian la necesidad de fortalecer y visibilizar las expresiones culturales en la experiencia turística del humedal.

2.10.4. Resultados inferenciales

Prueba de normalidad

Tabla 64

Prueba de normalidad de datos

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
V1	,263	193	,000	,865	193	,000
D1V1	,261	193	,000	,843	193	,000
D2V1	,236	193	,000	,877	193	,000
V2	,195	193	,000	,826	193	,000
D1V1	,178	193	,000	,879	193	,000
D2V1	,188	193	,000	,879	193	,000
D3V1	,166	193	,000	,870	193	,000
D4V1	,186	193	,000	,870	193	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Los resultados de las pruebas de normalidad Kolmogorov–Smirnov y Shapiro–Wilk muestran valores de significación $p < 0.001$ para todas las variables evaluadas (V1, D1V1, D2V1, V2, etc.). En consecuencia, se rechaza la hipótesis de normalidad, concluyéndose que los datos no presentan una distribución normal.

Dado el incumplimiento de este supuesto, se justifica el uso de estadísticos no paramétricos en los análisis posteriores.

Resultados para la hipótesis general

HO: No existe una relación directa entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.

HA: Existe una relación directa entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.

Tabla 65

Correlación de la hipótesis general

			Percepción del turista	Actividad turística
Rho de Spearman	Percepción del turista	Coeficiente de correlación	1,000	,781**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Actividad turística	Coeficiente de correlación	,781**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

La prueba de correlación de Spearman aplicada a la hipótesis general revela un coeficiente de correlación de ρ = 0,781, con un valor de significancia bilateral de p = 0,000. Este resultado indica que existe una correlación positiva alta y estadísticamente significativa entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao. Dado que el valor de p es menor a 0,01, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (Ha), concluyéndose que sí existe una relación directa entre ambas variables. Este hallazgo permite afirmar que, a mayor percepción positiva por parte de los turistas sobre aspectos como la información recibida y los servicios turísticos, mayor será el desarrollo o dinamismo percibido de la actividad turística en el humedal. En términos prácticos, esto sugiere que mejorar la percepción del turista puede contribuir directamente a fortalecer la actividad turística en el destino, promoviendo su sostenibilidad, competitividad y capacidad de atracción.

Resultados para la hipótesis especifica 1

HO: La percepción del turista sobre la actividad turística no es regular en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco -2023.

HA: La percepción del turista sobre la actividad turística es regular en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco -2023.

Tabla 66

Correlación de la hipótesis especifica 1

			Percepción del turista	Actividad turística
Rho de Spearman	Percepción del turista	Coeficiente de correlación	1,000	,781**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Actividad turística	Coeficiente de correlación	,781**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

La prueba de correlación de Spearman aplicada a la hipótesis especifica 1 revela un coeficiente de correlación de ρ = 0,781, con un valor de significancia bilateral de p = 0,000. Este resultado indica que existe una correlación regular entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao. Dado que el valor de p es menor a 0,01, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (Ha), concluyéndose que sí existe una relación significativa entre ambas variables. Este hallazgo permite afirmar que, a mayor percepción positiva por parte de los turistas sobre aspectos como la información recibida y los servicios turísticos, mayor será el desarrollo o dinamismo percibido de la actividad turística en el humedal. En términos prácticos, esto sugiere que mejorar la percepción del turista puede contribuir directamente a fortalecer la actividad turística en el destino, promoviendo su sostenibilidad, competitividad y capacidad de atracción.

Resultados para la hipótesis especifica 2

HO: No existe una relación directa entre los servicios turísticos y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.

HA: Existe una relación directa entre los servicios turísticos y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.

Tabla 67

Correlación hipótesis especifica 2

			Calidad de servicios	Actividad turística
Rho de Spearman	Calidad de servicios	Coeficiente de correlación	1,000	,546**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Actividad turística	Coeficiente de correlación	,546**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Elaboración propia. Procesamiento de datos en el SPSS V27.

Con respecto a la *hipótesis* especifica 2 la prueba de correlación de Spearman entre los servicios turísticos y la actividad turística arroja un coeficiente de $\rho = 0{,}546$, con un valor de significancia de $p = 0{,}000$. Este resultado indica una correlación positiva moderada y estadísticamente significativa entre ambas variables. Dado que $p < 0{,}01$, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna (Ha). Por tanto, se concluye que sí existe una relación directa entre los servicios y la actividad turísticos en el humedal de Huasao. Este hallazgo sugiere mejoras en el servicio turístico, como la atención del personal, limpieza, disponibilidad de instalaciones y satisfacción general del visitante, impactan de forma positiva en la percepción y desarrollo de la actividad turística. En consecuencia, invertir en el fortalecimiento de la calidad de los servicios turísticos contribuiría al posicionamiento del humedal como un destino más competitivo y satisfactorio para los visitantes.

2.11. Discusión de resultados

Los resultados de la investigación para el objetivo general evidencian una relación positiva y significativa entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao, confirmada mediante el coeficiente de correlación de Spearman ($\rho = 0{,}781$; $p = 0{,}000$). Este resultado demuestra que una percepción favorable del visitante se asocia directamente con un mayor desarrollo de la actividad turística, lo cual se refleja en la valoración del destino, el uso de sus servicios y la aceptación general del espacio turístico. En concordancia con la teoría de la imagen turística de Gunn, la experiencia directa del visitante cumple un rol determinante en la construcción de la imagen final del destino, siendo los servicios, la infraestructura, la información recibida y el entorno natural factores que influyen de manera decisiva en dicha percepción. Asimismo, el modelo de imagen del destino de Echtner y Ritchie permite interpretar estos hallazgos desde una visión integral, al evidenciar que la percepción del turista se construye tanto a partir de atributos funcionales como de componentes psicológicos y holísticos que influyen en la evaluación global del humedal.

Estos resultados guardan coherencia con los antecedentes del estudio. A nivel local, Terrazas (2020) identificó que la actividad turística en el humedal de Huasao presenta limitaciones vinculadas a la señalización y a la observación de la flora y fauna, aspectos que inciden directamente en la percepción del visitante y en la calidad de la experiencia turística. De manera complementaria, Uñapillco (2022) evidenció que la calidad de los servicios turísticos influye de forma significativa en la satisfacción del visitante en los humedales de Huasao, reforzando la relación entre percepción y actividad turística. A nivel internacional, los aportes de Egresi y Lahiru (2021) confirman que la percepción y la satisfacción con el desarrollo turístico constituyen factores clave para el fortalecimiento del turismo en humedales. En conjunto, estos antecedentes respaldan los resultados obtenidos y permiten afirmar que la

percepción del turista es un elemento determinante para el desarrollo y consolidación de la actividad turística en el humedal de Huasao.

Los resultados obtenidos para el OE1 permiten describir que la percepción del turista respecto a la actividad turística en el humedal de Huasao se ubica predominantemente en un nivel regular, expresada por un (67,4%), lo cual evidencia que, si bien el destino es valorado por su entorno natural y atractivo paisajístico, presenta deficiencias que afectan la experiencia del visitante. Esta percepción se encuentra asociada principalmente a aspectos vinculados a la información recibida y a la calidad de los servicios turísticos, tales como la señalización, la orientación durante el recorrido, el estado de los servicios higiénicos y la atención del personal. De acuerdo con los planteamientos teóricos desarrollados en la investigación, la percepción del turista se construye a partir de la interacción entre la información previa y la experiencia directa en el destino, por lo que las limitaciones identificadas influyen negativamente en la valoración global del humedal, condicionando la forma en que el visitante interpreta la actividad turística desarrollada en el lugar.

Esta descripción de la percepción del turista guarda coherencia con los antecedentes del estudio. A nivel local, Terrazas (2020) evidenció que, pese al potencial del humedal de Huasao, existen deficiencias en la observación de flora y fauna y en la señalización, lo que limita el rol educativo y recreativo de la actividad turística, afectando la percepción del visitante. De manera similar, Uñapillco (2022) determinó que la calidad de los servicios turísticos influyen directamente en la satisfacción del visitante, lo cual refuerza la idea de que una percepción regular está asociada a servicios e infraestructura que no alcanzan niveles óptimos. En conjunto, estos hallazgos permiten afirmar que la percepción del turista sobre la actividad turística en el humedal de Huasao refleja una experiencia aceptable, pero con importantes oportunidades de mejora, cuya atención resulta clave para fortalecer la valoración del destino y mejorar la calidad de la actividad turística.

Los resultados de la investigación para el OE2 evidencian que existe una relación significativa entre los servicios turísticos y la actividad turística desarrollada en el humedal de Huasao, ya que la calidad de los servicios turísticos presenta una valoración mayoritariamente regular (53,9 %), situación que guarda coherencia con la percepción también regular de la actividad turística (67,4 %). Lo cual indica que la calidad y disponibilidad de los servicios influyen directamente en el desarrollo de las actividades turísticas del destino. Los servicios vinculados a la atención del personal, el estado de las instalaciones, la señalización, la seguridad y los servicios higiénicos se constituyen en elementos determinantes para la experiencia del visitante. Desde el enfoque teórico adoptado en la investigación, los servicios turísticos forman parte esencial de la oferta turística y su adecuada gestión contribuye a consolidar experiencias satisfactorias, influyendo positivamente en la valoración del destino y en la continuidad de la actividad turística.

Estos resultados se encuentran en concordancia con los antecedentes del estudio. A nivel local, Uñapillco (2022) determinó que la calidad de los servicios turísticos incide de manera directa en la satisfacción del visitante en el humedal de Huasao, lo que refuerza la relación identificada entre servicios y actividad turística. De igual forma, Terrazas (2020) señaló que las deficiencias en infraestructura, señalización y servicios limitan el adecuado desarrollo de la actividad turística en el humedal, afectando la experiencia del visitante. Desde una perspectiva internacional, los aportes de Egresi y Lahiru (2021) evidencian que la satisfacción con el nivel de desarrollo turístico y los servicios disponibles influyen en la valoración del turismo en humedales. En conjunto, estos antecedentes respaldan los hallazgos de la presente investigación y permiten afirmar que los servicios turísticos constituyen un componente clave para fortalecer la actividad turística en el humedal de Huasao.

Los resultados de la investigación para el OE3 permiten identificar que la mejora en la percepción del turista se encuentra directamente asociada al fortalecimiento de la actividad

turística en el humedal de Huasao. A medida que se optimizan aspectos vinculados a la información brindada, la calidad de los servicios turísticos, la señalización, la seguridad y el orden del espacio geográfico, la percepción del visitante tiende a ser más favorable, lo que se refleja en una mayor valoración del destino y en una experiencia turística más satisfactoria. Este resultado se sustenta en los planteamientos teóricos desarrollados en la investigación, particularmente en la teoría de la imagen turística de Gunn, la cual señala que la experiencia directa del visitante es el principal factor que permite modificar y consolidar la imagen final del destino. En este sentido, la mejora de los elementos que conforman la experiencia turística contribuye a una percepción más positiva, fortaleciendo la actividad turística desarrollada en el humedal.

La mejora de la percepción del turista también se explica a partir de los antecedentes del estudio. A nivel local, Terrazas (2020) señaló que la implementación de señalización adecuada, la mejora en la observación de flora y fauna y el fortalecimiento del componente educativo influyen positivamente en la experiencia del visitante, lo cual repercute en una mejor valoración del destino. De igual manera, Uñapillco (2022) evidenció que el incremento en la calidad de los servicios turísticos mejora la satisfacción del visitante, fortaleciendo su percepción y su disposición a recomendar el lugar. En el ámbito internacional, Egresi y Lahiru (2021) destacaron que la satisfacción con el nivel de desarrollo turístico constituye un factor clave para consolidar el turismo en humedales. En conjunto, estos aportes permiten afirmar que la percepción del turista mejora cuando la actividad turística se gestiona de manera integral, ordenada y orientada a la calidad, lo que favorece el desarrollo sostenible del humedal de Huasao.

Capítulo III

Propuesta de solución para mejorar la actividad turística en el Humedal de Huasao

3.1. Propuesta general

“Fortalecimiento integral de la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa – Cusco, a través de la mejora de infraestructura, gestión ambiental y promoción digital del servicio”

Justificación.

El Humedal de Huasao constituye un valioso ecosistema natural con potencial turístico y educativo para la región de Cusco. Sin embargo, los resultados del diagnóstico situacional revelan limitaciones en su infraestructura turística, deficiencias en la gestión ambiental y escasa presencia en medios digitales. Estas debilidades comprometen tanto la experiencia del visitante como la conservación del entorno. En este sentido, se propone una intervención integral que articule la mejora de las instalaciones físicas, la capacitación del personal y fortalecimiento de la gestión ambiental, así como la creación y posicionamiento digital del destino, en aras de consolidar una oferta turística sostenible, competitiva y culturalmente responsable.

Objetivos.

Objetivo general: “Implementar un plan integral de la actividad turística en el Humedal de Huasao, mediante la optimización de la infraestructura turística, la capacitación en gestión ambiental y administrativa, y el fortalecimiento de la promoción digital del servicio, para contribuir al posicionamiento sostenible del destino**.”**

Objetivos específicos:

- *Mejorar e implementar la infraestructura turística del Humedal de Huasao*, garantizando accesibilidad, funcionalidad y sostenibilidad ambiental en las instalaciones físicas.

- *Capacitar al personal local en manejo ambiental, atención al visitante y gestión administrativa*, fomentando la participación activa de la comunidad en la conservación del humedal y en la prestación de servicios turísticos de calidad.
- *Crear y posicionar la presencia digital del Humedal de Huasao* mediante el desarrollo de una página web, el uso estratégico de redes sociales, y campañas promocionales educativas que valoricen el ecosistema y la identidad local.

OE1: Mejora de la infraestructura turística

Hoy en día, el ecoturismo se ha transfigurado en un mercado altamente competitivo. Este enfoque de las actividades turísticas se centra en la amparo, preservación y valoración del entorno natural y cultural que recibe a los visitantes. En tal sentido, el Humedal acoge todo tipo de visitantes, desde niños hasta adultos. Es por ello que debe disponer instalaciones adecuadas y seguras.

En tal efecto se realizará la mejora e implementación de paneles informativos en las barandas de seguridad en el transcurso del recorrido.

- Ampliación e implementación de paneles informativos entre las barandas de seguridad en diferentes puntos de referencia, como alrededor de los espejos de agua; donde estará plasmada la interpretación ambiental como flora, fauna y la descripción de las esculturas que figura en nuestro Humedal de Huasao. De esta manera estatizar el recorrido.

Figura 65

Propuesta 01: ejemplo de paneles informativos en las barandas de seguridad



Nota. Por las tesistas.

A. Mejoramiento y ampliación de zonas de descanso en el recorrido.

El Humedal de Huasao cuenta con 6 zonas de descanso, lo cual, algunas de ellas son pequeñas ya que se encuentran en el camino con un espacio reducido; también se observa deficiencias por el material de uso y presentación que no genera buena imagen en las instalaciones turísticas, por ende, presentamos algunas alternativas de mejora.

- Remodelar las áreas de descanso, con bancos hechos con troncos de madera con diferentes diseños o tallados que se mimeticen al entorno natural del Humedal e implementar los techos de paja para crear una buena imagen.

Figura 66

Propuesta 02: bancos hechos con troncos de madera con diferentes diseños o tallados



Nota. Por las tesistas.

B. Adecuación de la accesibilidad en recorrido para personas con capacidades diferentes.

Un atractivo turístico recibe todo tipo de visitantes, es por ello que no podemos ser ajeno de contar con la accesibilidad adecuada para personas con capacidades diferentes, ya que este publico requiere de distracción y es un público que no se puede desaprovechar.

- Mejoramiento de la accesibilidad dentro del recorrido para silla de ruedas y coches para bebes, a lo largo del recorrido.

C. Mejoramiento e implementación de cestos de basura reciclable.

Una manera de contribuir con el cuidado del planeta es reciclando y haciendo uso de materiales que pasaron por el proceso de recolección y transformación para llegar a ser un

nuevo producto aprovechable, por lo tanto, se propone incrementar con cestos de basura reciclable dentro y fuera del Humedal de Huasao.

- Reemplazar los cestos de basura de metal por cestos de basura en madera que se encuentran a lo largo del sendero.

Figura 67
Propuesta 03: Modelo de cestos de basura



Nota. Por las tesistas.

D. Remodelación y equipamiento de módulos sanitarios y boletería

El Humedal de Huasao cuenta con un servicio higiénico consecuente a la boletería al inicio del recorrido, en este punto encontramos una desventaja en el diseño al ubicarlos muy cerca el uno del otro ya que se ocasiona un desorden con los visitantes que van ingresando y aquellos que prestan de estos servicios sanitarios.

Sanitarios: Añadir varias frases motivacionales y educativos mediante slogans, pinturas y otros, con el fin de dar un concepto de concienciación ambiental a nuestros semejantes, mediante “la repetición constante de un mismo mensaje, lleva inevitablemente a una acción”.

Boletería: Se reubicará un módulo exclusivo para realizar el boleto de ventas y un ambiente informativo, donde se les impartirá una breve charla sobre la importancia de cuidar los humedales y no contaminar el medio ambiente y así lograr que el visitante realice un recorrido consiente y productivo para el futuro.

Figura 68

Propuesta 04: Modelo de remodelacion del modulo sanitario



Nota. Por las tesistas.

D. Mejoramiento y reordenamiento de los centros de comercio y playa de estacionamiento.

Tanto el espacio comercial y de estacionamiento se encuentran en una situación inadecuada ya que en los meses de lluviosos estos ambientes se tornan inaccesibles, todo ello a falta de una buena pavimentación. Por esa razón presentamos las siguientes propuestas.

Playa de estacionamiento: Mejorar la playa de estacionamiento realizando un asfaltado adecuado desde la avenida que conecta la plaza de armas del centro poblado de Huasao hasta el ingreso y playa de estacionamiento del Humedal.

Stand de comercio: Con el crecimiento de visitante hacia este atractivo, despertó en la población aledaña el deseo de crecer económicamente mediante el comercio, posicionándose de manera desordenada y con ambientes descuidadas y poco confiables. Se propone levantar construcciones más firmes y adecuadas para este sector y reordenarlas de acuerdo al servicio que brindan, ya sea en bebidas, alimentación, vestimenta y souvenirs.

E. Mejoramiento de señalización turística en el recorrido.

La señalización para turistas orienta a los viajeros durante su travesía, brindándoles información precisa y adelantada de los lugares interesantes de la zona. Para tal sentido la señalización puede ser de dos tipos: señalización para el visitante en vehículo, esto se refiere a

la señalización fuera del Humedal antes de llegar al atractivo y la señalización para el peatón, que se encuentra dentro de las instalaciones.

Señalización informativa: Esta señalización tiene como objetivo orientar y guiar a los visitantes otorgándoles información necesaria para que puedan recorrer el Humedal de la forma más segura y simple.

- Además de la maqueta del humedal, se añadirá un panel informativo general de la secuencia del recorrido, al inicio del recorrido del Humedal, empleando materiales con acabado rustico y con un diseño emocional con colores llamativos, generando una experiencia única del visitante.

Señalización direccional: Este tipo de señalización sirve para para direccionar sobre la secuencia correcta durante el recorrido en el Humedal. Cuenta con 10 señalizaciones direccionales los cuales algunas de ellas se encuentran en mal estado, por tal motivo se mejorará ubicando cada señalética de manera fija y visible. Además, se incrementará 5 señalizaciones más, para el correcto uso del sendero y así evitar obstruir y deteriorar ambientes vulnerables.

También se propone que el recorrido se recorrido sea en un mismo sentido, que tenga un punto de inicio y fin del sendero

Señalizaciones restrictivas: Se añadirá señalizaciones restrictivas dentro del Humedal en todas las esculturas y en lugares vulnerables.

Figura 69

Propuesta 05



Nota. Por las tesistas.

OE2: Gestión ambiental y fortalecimiento comunitario.

Se realiza la propuesta para la protección y conservación del Humedal de Huasao teniendo en cuenta las deficiencias en materia administrativa y manejo ambiental. Motivo por el que las esculturas, miradores y algunos elementos que suman a la belleza natural del Humedal de Huasao; presentan deficiencias o dejadez. Por otro lado, el personal a cargo en las diferentes áreas, no están capacitadas en materia de atención al cliente y manejo ambiental.

A. Capacitación del personal.

- Se debe realizar capacitaciones trimestrales sobre el manejo y cuidado ambiental de este atractivo, atención al cliente y un personal capacitado para el mantenimiento de las esculturas.

- Así mismo como base primordial esta participación ciudadana del poblado menor de Huasao, la cual tendrá un rol significativo en la implementación de acciones ulteriores a la capacitación, que se basan en el reconocimiento e identificación del ecosistema local, se busca educar y convencer a la comunidad sobre la importancia de este nuevo humedal. De esta forma, se proporciona la asistencia necesaria para el ecosistema de la zona.

- Diseñar actividades ambientales con el objetivo de educar a cada integrante de la comunidad en la importancia y el valor del turismo que tiene la zona de humedales, y también la actividad de Huasao

- Antes del ingreso al Humedal, el personal especializado tendrá la labor de realizar una charla breve acerca de lo que es “educación ambiental” a cada grupo de visitantes, de esta manera será menos el impacto negativo que alteraría este recurso por causa de la población.

- Control y cuidado de los espejos de agua, realizando limpieza alrededor de estos y por lado evitar el tumulto de visitantes que afecten la tranquilidad de las aves residentes y aves de paso.

B. Acciones de prevención:

Contratar personal para la vigilancia y protección, con el objetivo principal de evitar la generación de desechos sólidos y líquidos perjudiciales, como impurezas y despojos de

construcción, que dañan el ecosistema del humedal. Solicitar a las instituciones de control y monitoreo ambiental que verifiquen el estado del humedal de Huasao, para afirmar su cuidado y uso adecuado.

C. Multas a infractores.

Estas sanciones están dirigidas a individuos o grupos de personas que por su actuación u omisión negativa impactan la existencia del humedal de Huasao, estas sanciones se aplicarían por las instituciones de orden público, bajo el régimen de acuerdo con la comunidad de Huasao en relación a la municipalidad de Oropesa, el Ministerio de Ambiente "MINAM CAF", entre otros, con el fin de destinar fondos para diferentes actividades que tienen como objetivo el mejoramiento del ecosistema humedal de Huasao, estas actividades se realizarían por el municipio de Oropesa.

D. Acciones de Conservación:

- Las especies nativas deben ser reforestadas de los espacios libres.
- Limpieza total del humedal, deshaciendo cada buchón para que las aves acuáticas habiten con tranquilidad.

E. Ofertas laborales para los pobladores del Centro Poblado de Huasao.

Consistente en emplear o mejorar las microempresas como las agencias de motocross, venta de variedades artesanales, servicio de alimentación en las cuales se ubicarán y trabajarán de manera ordenada para así no alterar la tranquilidad de las aves y disminuir la contaminación física y auditiva, de esta forma, los residentes de la zona vislumbrarán que, al proteger el humedal, atraerán turistas y visitantes, lo que promoverá la economía local.

Educar a los residentes en la administración de alojamientos turísticos en labores como conserjes, guías y parques de diversiones, entre otros. A través de capacitaciones acerca de temas ambientales y turísticos, siendo los responsables de preservar su herencia natural con el fin de generar trabajo y existe una colaboración activa que asista en la toma de decisiones

correctas y genere un incremento de estímulo y además que proteja el ecosistema del humedal de Huasao.

OE3: Promoción digital y cultural del destino

En estos últimos tiempos, las redes sociales se han convertido en una herramienta altamente potencial para la exposición y promoción de un atractivo que se desea posicionar en el mercado turístico. Y este aspecto es una debilidad para el posicionamiento de este atractivo natural, puesto que su presencia en el internet es su imagen en el mundo virtual. De igual modo las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, redes que son muy utilizados por los jóvenes y la mayoría del público adulto, mediante estas herramientas es posible llegar a más interesados, por medio de artículos y fotos llamativos de este atractivo natural Humedal de Huasao.

A. Capacitación en Uso de Redes Sociales para Posicionamiento

- Capacitar un personal para el manejo de la página web y redes sociales.
- Promocionar el Humedal por todas las plataformas digitales.
- El encargado debe crear una nueva página web en la cual brindar información de políticas, misión, visión, reglamentos, objetivos, servicios y datos importantes a cerca del cuidado ambiental.

B. Creación de trípticos publicitarios

La creación de estos trípticos se considera un plus que ayudara con la publicidad puesto que cargara una información básica del Humedal de Huasao, como fotos de todas las aves migratorias, residentes y la secuencia del recorrido para facilitar el auto guiado del visitante.

C. Concurso de esculturas con temáticas ajustadas al medio ambiente y a las diferentes historias o leyendas que presenta la región Cusco.

Esta es una modalidad más para el incentivo de que este atractivo trascienda más allá de ser un atractivo turístico a ser un medio en el que sea participe en la educación ambiental mediante concursos de esculturas que tengan temáticas del cuidado ambiental.

Esta actividad está abierta para todo estudiante, egresado y público en general que tengan el talento y el deseo de participar en esta importante actividad que consiste en presentar las esculturas más llamativas y creativas que obviamente no alteren la naturaleza; más al contario nos den una referencia simbólica del cuidado ambiental. Después de la exposición de todos los trabajos presentados, se realice una selección que serán premiadas a su vez a los tres primeros participantes con una remuneración económica de diferentes escalas de acuerdo al puesto en los que se encuentren. Además de ser expuesta en uno de los espacios dentro del Humedal el trabajo ganador. Esta actividad se desarrollará cada año.

Conclusiones

Primera. La investigación confirma que existe una relación directa y coherente entre la percepción del turista y la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa–Cusco 2023. Las valoraciones predominantemente regulares en ambas variables evidencian que las condiciones actuales del destino caracterizadas por infraestructura limitada, servicios turísticos insuficientes, información escasa, señalización deficiente y una actividad turística poco diversificada influyen simultáneamente en la satisfacción del visitante y en el desarrollo de las actividades turísticas. La triangulación de resultados con los antecedentes, la teoría y la realidad problemática demuestra que la percepción del turista depende en gran medida de la calidad y organización de la actividad turística, verificándose plenamente los objetivos planteados y destacando la necesidad de implementar mejoras integrales para fortalecer la experiencia del visitante y consolidar el atractivo como un destino sostenible.

Segunda. La percepción del turista sobre la actividad turística en el Humedal de Huasao es mayoritariamente regular, debido a las limitaciones identificadas en la infraestructura, la señalización, la información interpretativa y la calidad de los servicios ofrecidos. Los resultados obtenidos, junto con los antecedentes y la teoría revisada, muestran que la percepción del visitante se ve afectada cuando los atributos funcionales y psicológicos del destino no están plenamente desarrollados, evidenciando la necesidad de fortalecer estos componentes para lograr una valoración más favorable.

Tercera: La relación entre los servicios turísticos y la actividad turística en el Humedal de Huasao es directa y significativa, ya que la calidad de los servicios condiciona la forma en que el turista experimenta y evalúa las actividades desarrolladas en el destino. Los hallazgos confirman que las deficiencias en atención, mantenimiento, orientación, señalización y espacios de apoyo influyen negativamente en la actividad turística, lo cual coincide con

estudios previos y teorías que explican la importancia de los servicios en la construcción de la experiencia del visitante.

Cuarta: La percepción del turista mejora cuando los elementos que conforman la actividad turística como información, servicios, señalización, infraestructura y organización del recorrido se encuentran adecuadamente implementados. Los resultados muestran que cuando estos componentes funcionan correctamente, aumenta la proporción de visitantes que valoran positivamente su experiencia. Esto confirma que la mejora de la actividad turística es un factor clave para elevar la percepción del turista, tal como explican las teorías de imagen turística y los antecedentes analizados.

Recomendaciones

Primera. Se recomienda que la Municipalidad Distrital de Oropesa, los administradores del humedal, la Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía Cusco (GERCETUR trabajen de manera conjunta en la elaboración e implementación de un Plan Integral de Gestión Turística, orientado a mejorar simultáneamente los servicios, la infraestructura, la conservación ambiental y la diversificación de actividades. La articulación de estas instituciones garantizará una gestión más eficiente que eleve la percepción del visitante y consolide la actividad turística en el Humedal de Huasao.

Segunda. Se recomienda que la Municipalidad Distrital de Oropesa y al área de administración del Humedal de Huasao fortalezcan la señalización, los paneles interpretativos y los puntos de orientación al visitante, ya que la percepción regular evidenciada en los resultados demuestra que los turistas requieren información más clara y accesible. Mejorar la comunicación visual y la orientación permitirá que el visitante comprenda mejor el valor ambiental y turístico del humedal y, en consecuencia, mejore su percepción general.

Tercera: Se recomienda que los administradores del Humedal de Huasao, en coordinación con Gerencia Regional de Comercio Exterior, Turismo y Artesanía Cusco (GERCETUR), implementen un programa permanente de mejora de los servicios turísticos, que incluya la capacitación del personal, el mantenimiento frecuente de áreas de uso público y la optimización de servicios higiénicos y áreas de descanso. Estas acciones, directamente vinculadas a quienes gestionan el atractivo, permitirán elevar la calidad del servicio y mejorar la percepción del visitante sobre la actividad turística.

Cuarta: Se recomienda que la comunidad local organizada, junto con los operadores turísticos del distrito de Oropesa, desarrollen y diversifiquen actividades turísticas como recorridos guiados, talleres interpretativos, actividades de educación ambiental y experiencias recreativas acordes con la naturaleza del humedal. La participación activa de estos actores en la oferta turística permitirá enriquecer la experiencia del visitante y favorecer una percepción más positiva del destino.

Referencias

Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación. http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf

Álamo, J. D., & Morales, M. M. (2022). Expansión urbana o cómo el suelo urbanizado se dispersa por el paisaje: Implicaciones para la conservación de la biodiversidad. *Revista cientifica de Ecologia y Medio Ambiente, 31*(1), 1-11. Retrieved 16 de Abril de 2024, from file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/2165-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11379-1-10-20220421.pdf

Alba, C. A. (Junio de 2023). En Busqueda de la Protección de los territorios Ambientales Tipo Humedales: Una revisión Documental. *Oratores*(18), 1-14. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/oratores/article/view/895/1819

Alvarado , K. (2023). Gestión turística y calidad del servicio en la municipalidad provincial de Mariscal Cáceres, Juanjui-2022. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/107179

Alvarez-Risco, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones.* Universidad de Lima, Peru.

Angarita, G. G., Henríquez, C., Angulo, D. P., Álvarez, D. C., & Buitrago, G. F. (2022). Técnicas de análisis geomático en la pérdida de humedales urbanos de Bogotá. ¿Qué rol juegan los asentamientos ilegales? *Revista de Geografía Norte Grande*, 1-28. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://www.scielo.cl/pdf/rgeong/n81/0718-3402-rgeong-81-207.pdf

Aparicio, A. H. (2020). *El precio de mercado ejemplos de aplicacion en el analisis historico.* Mexico: Edicion Univercidad Cantabria. https://www.editorialuc.es/libro/el-precio-de-mercado-ejemplos-de-aplicacion-en-el-analisis-historico-2a-edicion

Aragonés, F. J., Castillo, A. B., Berbena, R. P., & Gómez, K.-A. H. (2023). Diseño de producto turístico-cultural en Cienfuegos-Cuba: la ruta de las artes. *Revista Saber, Ciencia y*

Libertad, 18(1), 1-18. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/10017/9206

ARÁUZ, M. E., & ALONZO, M. M. (2015). *Evaluación del humedal La Segua mediante indicadores de sostenibilidad Turística para su manejo y conservación.* Escuela Superior Politécnica Agropecuaria Manuel Felix López , CALCETA.

Argota, M. A., Anieva, M. B., Olvera, J. V., & Pérez, M. B. (2023). Prácticas de turismo sostenible desde la gobernanza en las mipymesde Jardín (Colombia) y Tepotzotlán (México) en el período 2019-2021. *Revista CEA, 19*(9), 1-29. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/2253/2805

Arias, Á. M. (2022). Declaratoria de un ecosistema como sujeto de derechos. Análisis del caso del Páramo de Pisba en Colombia. *Revista del Instituto de Ciencias Juridicas, 16*(49), 1-21. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.scielo.org.mx/pdf/rius/v16n49/1870-2147-rius-16-49-155.pdf

Arroyo Valenciano, J. A. (2023). El diseño de estrategias y tácticas en la. *Revista Educación, 47*(1), 1-14. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://www.scielo.sa.cr/pdf/edu/v47n1/2215-2644-edu-47-01-00706.pdf

Aventure, C. (2023). *https://www.chiapasadventure.com/categoria-producto/observacion-de-flora-y-fauna/*. (O. d. Fauna, Productor) HOME OBSERVACI N DE FLORA Y FAUNA.

Baca, J. C. (2013). *El transporte turistico*. Coaching turistico: https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/

Barghella, P. (2008). *Diagnóstico de turismo regreativo para la laguna de san vicente provincia de Buenos Aires,Argentina, para optar licenciatura en turismo- Univercidad Abierta Interamericana.*

Baullo, R. (2006). *Planificacion del espacio turistico.* Mexico. https://www.entornoturistico.com/planificacion-del-espacio-turistico-de-roberto-c-boullon-pdf/

Bermunz, L. T., & Rodriguez, L. F. (2013). *Investigacion en la gestion empresarial* . Ecoe Edisiones .

Borja, G. P., & Culech, S. C. (2023). El planeamiento estratégico y su incidencia con la gestión administrativa de la unidad de nivelación y admisión, universidad nacional de Chimborazo, ciudad de Riobamba. *Revista Multidisciplinar, 7*(1), 1-11. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4738/7176

Cáceres, E. M. (2019). *Turismo de aventura en la modalidad de Kayaq* . Universidad Andina del Cusco, CUSCO.

Campusano, P. M. (2022). Del anonimato a héroes: humedales como ecosistemas reductores de riesgo de desastres socionaturales asociadas al cambio climático. *Revista Innovación en Enseñanza de las Ciencia, 1*(6), 1-23. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://reinnec.cl/index.php/reinnec/article/view/138/100

Caro, L. (2010). *7 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos.* Recuperado de https://www. lifeder. com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos.

Carrasco, S. (2009). *Metodología de la investigación científica (2da. reimp).* San Marcos, Peru.

Castro, J. C., Félix, G. L., & Sánchez, R. M. (2023). La motivación en el proceso de enseñanza-aprendizaje. *Revista Científica Multidisciplinar, 7*(1), 1-17. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/4708/7162

César, B. C., & Antonio, C. U. (2022). Valoración Económica de los servicios Ecosistémicos Área de Conservación Regional Moyán Palacio, región Lambayeque. *Revista de*

Investigación y Cultura, 11(3), 1-8. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/2297/1875

Checa, A. G., & Zuluaga, J. S. (2023). OfertayDemanda Monetaria enEcuador desde el año 2011-2021. *Científica Multidisciplinar, 7*(4), 1-12. Retrieved 2024 de Abril de 2024, from https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7326/11035

Conti, A. L., Charne, U., Moscoso, F. V., & Comparato, G. J. (2013). El papel del pátrimonio en la diversificación en la oferta turística. https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/64910

Contreras, E., & Rubio, A. (2024). Marketing turístico. *Revista CEA*. https://www.researchgate.net/publication/380994049_Evaluacion_de_la_calidad_percibida_del_servicio_en_atractivos_turisticos_ruralesAssessing_the_Perceived_Service_Quality_of_Rural_Tourist_Attractions

Crespo, C. H., & Monerris, M. M. (2023). Guía didáctica sobre diseño de humedales artificiales. *Academica*, 1-72. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/198081/6653.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cristina, C. d. (2022). Conectivismo Rompiendo Paradihmas en la Educación Universitaria. Una Mirada desde la sociedad del conocimiento. *Revista Arbitraria del Ciencia y Tecnologia*(54), 1-10. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://revista.grupocieg.org/wp-content/uploads/2022/02/Ed.54159-168-Coronel-Isabel.pdf

Cuba, P. N. (2022). Rediseño de la oferta de productos turísticos. *Revista de Ciencias Sociales*, 1-15. Retrieved 16 de Abril de 2024, from file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-RedisenoDeLaOfertaDeProductosTuristicosDeNaturalez-8471698.pdf

Dias, R., & Cassar, M. (2005). *Fundamentos de marketing turístico.* Brasil: Editora Pearson. https://www.marcialpons.es/libros/fundamentos-de-marketing-turistico/9788497562096/

Echtner, C., & Ritchie, B. (1993). The Measurement of Destination Image: An Empiricial Assessment. *Journal of travel research*. https://es.scribd.com/document/526063026/The-Measurement-of-Destination-Image

Egresi, I., & Lahiru, S. (2021). ¿Qué influye en el apoyo al turismo de humedales? Un estudio de caso de Sri Lanka. *Articulo MDPI*. https://www.mdpi.com/2071-1050/13/16/8802

En Perú . (16 de diciembre de 2016). *En Perú Encuentra todo en un click*. En Perú Encuentra todo en un click: https://www.enperu.org/cusco/distrito-oropesa-quispicanchi-cusco

Eschenhagen, M. L. (2007). La eduación ambiental superior en América Latina: una evaluación de la oferta de posgrados ambientales. *Theomai, 16*, 87-107. https://www.redalyc.org/pdf/124/12401608.pdf

Esteban, C. G., Loscos, A. G., & Machuca, C. M. (12 de Enero de 2023). La recuperación del turismo internacional en España tras la pandemia. *Banco España*, 1-13. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/25114/1/be2301-art08.pdf

Freire, E. E. (2018). *La hipótesis en la investigación. Mendive. Revista de Educación, 16(1), 122-139.*

Garcia, T. M., Rojas, R. R., & Vazques, M. A. (2016). *Guía para registro fotográfico en campo.*

Garrido, J. S., Juárez, R. R., Hernández, M. S., & Albarado, C. G. (Octubre de 2023). Percepción del Turismo Rural en el desarrollo local. Cuetzalan del Progreso, Puebla, México. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1-16. Retrieved 16 de Abril de 2024, from

https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/34198/PS_21_4%20_%282023%29_09.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gisolf, M. (2010). Tourism theories. Holanda. https://www.tourismtheories.org/?page_id=27

Gonzáles, J. L., Gallardo, M. R., & Chávez, M. C. (2020). *Formulación de los objetivos específicos desde el alcance correlacional en trabajos de investigación.* Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 4(2), 237-247.

Guardamino, D. J., & M. S. (2022). Evaluación de la vegetación y saturación del suelo en el Área de Conservación Regional Humedales de Ventanilla mediante teledetección en Perú, 2006-2021. *Revista de Ciencias Ambientales, 51*(1), 1-21. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.scielo.sa.cr/pdf/rca/v56n1/2215-3896-rca-56-01-54.pdf

Guillén, J. L., Urruchi, A. E., Alcívar, W. S., & Palacios, E. I. (2024). Estrategias didácticas para mejorar el rendimiento académico del idioma Inglés en el sistema educativo Ecuatorino. *Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*, 1-9. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/3624/3453

Gumucio, R. L. (2005). *La calidad total en la empresa moderna. Perspectivas, 8(2), 67-81.*

Gunn, C. (1972). Vacationscape; designing tourist regions. *Bureau of Business Research, University of Texas at Austin*. https://archive.org/details/vacationscapedes0000gunn_q6l4/mode/2up

Gurria Di-Bella, M. (1991). *Introducción al turismo.* México: Trillas turismo. https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/298/1/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf

Hernández - Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2020). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.* https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64312353/Investigaci%C3%B3n_Rutas_cualita

tiva_y_cuantitativa-libre.pdf?1598813734=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=1744213794&Signature=dG9Zs3hRaj

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2015). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixto.* Mexico: Mc Graw Hill - Education. https://www.academia.edu/44551333/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N_LAS_RUTAS_CUANTITATIVA_CUALITATIVA_Y_MIXTA

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación.* España: Mc Graw Hill - education. https://es.scribd.com/document/481256524/2018-Metodologia-de-la-investigacion-rutas-cuantitativa-cualitativa-mixta-Sampieri-1-APOYO-ESTUDIANTIL-pdf

Hernandez, S. R. (2003). *Los metodos mixtos* (17 ed.).

Horna, Í. D., Apablaza, F. P., & Álvarez, E. M. (2022). Revisión de publicaciones relacionadas con la Educación ambiental y la conservación del medio ambiente en Latinoamérica, aplicando la metodología PRISMA. *Investigaciones ULCB, 9*(1), 1-16. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://revistas.ulcb.edu.pe/index.php/REVISTAULCB/article/view/222/429

Huaman, M. M., Ramírez, P. O., Plata, C. E., & Tapullima, R. I. (2021). Turismo sostenible teniendo en base la evaluación de geositios. *Revista Universidad y Sociedad*, 1-15. http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v14n3/2218-3620-rus-14-03-202.pdf

Huima, J. J. (2018). *Propuesta de una plan de gestión turística en los humedales: La bocana - San José, Lambayeque.* Universidad Señor de Sipan , LAMBAYEQUE.

Ibarra, C. J., Bachmann, M. S., & Cox, C. (2023). Liderazgo Educativo y Educación Ciudadana: Evidencia del Caso Chileno. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 1-18. Retrieved 15 de Abril de 2024, from

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LiderazgoEducativoYEducacionCiudadana-9004098.pdf

INEI. (2018). *PERU: Perfil Sociodemografico.* Lima. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf

Jaquin, C. T., & Arley, N. H. (24 de Agosto de 2022). El consumo responsable y su influencia en las actividades de reciclaje en el hogar: Un estudio exploratorio. *El consumo responsable* (69), 1-32. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://www.redalyc.org/journal/1942/194274896009/194274896009.pdf

Juáres, Y. C. (2017). *Metodos y Tecnicas de Investigacion.* UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO.

Lamorú, Y. G., Martínez, R. D., & Martínez, R. C. (Enero -Marzo de 2023). La gestión de la calidad y el proceso de organización escolar. *Luz, 94*, 1-11. Retrieved 16 de Abril de 2024, from http://scielo.sld.cu/pdf/luz/v22n1/1814-151X-luz-22-01-66.pdf

Larrea, M., & Zambrano, C. (2021). *Modulo: Gestión de servicios de información turística.* vvob education for development. https://ecuador.vvob.org/sites/ecuador/files/2021_ecuador_sfst_manual_de_practicas_gestion_servicios_informacion_turistica_0.pdf

Lascurain , H. (2019). Ecoturismo por to el mundo y por todo el año. *Consultor Internacional en Ecoturismo, Arquitectura Ambiental y Planeación Ecológica*. https://umamexico.com/ecoturismo-concepto-creado-por-hector-ceballos-lascurain/

Ligia, L. R., Andrés, L. R., Benjamín, P. H., & Alejandro, V. B. (2023). Turismo médico en Colombia: dinámica y ventaja competitiva. *Revista CEA, 9*(20), 1-32. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.redalyc.org/journal/6381/638174850003/638174850003.pdf

Lobos, K., C. B., R. C., & Cisternas, N. (2022). Características psicométricas de un cuestionario de expectativas hacia la educación virtual en estudiantes universitarios durante la pandemia COVID-19. *Formación Universitaria*, 1-16. https://www.scielo.cl/pdf/formuniv/v15n1/0718-5006-formuniv-15-01-3.pdf

López , M., & Montesdeoca, E. (2021). Desarrollo del turismo: las percepciones. *Dianet*. https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/649

López et al. (2023). Modelos de pronósticos de la demanda turística: una revisión de los estudios actuales. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*(36), 1-26. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://www.econstor.eu/bitstream/10419/286315/1/1878443224.pdf

López, L. (2004). *Población muestra y muestreo. Punto cero, 9(08), 69-74.*

Luis, O. B., & Franklin, C. B. (2023). Turismo post-Covid para personas con discapacidad: Estudio de preferencias en Perú. *Revista Venezolana De*(9), 1.20. Retrieved 16 de Abril de 2024, from file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-TurismoPostCovidParaPersonasConDiscapacidad-9142756.pdf

Luzuriaga, E. J., Ortiz, M. A., Mina, J. R., & Llerena, E. M. (2022). La educación ambienañ como medio de formación de valores eticos y su influencia en el cuidado responsable del medio ambiente. *Revista pedagógica de la Universidad de Cienfuegos*, 1-10. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/2795/2704

Mankiw, G. (2012). *Principios de la Economía* (Vol. Sexta edición). Estados Unidos. https://www.paginaspersonales.unam.mx/app/webroot/files/1613/Economia_Principios_de_6taedicion__Gregory__M.pdf

Manuel, C. S., Neyfe, S. C., Enrique, M. O., & Cecilio, C. A. (2022). Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. *Revista de*

Ciencias Sociales, 1-14. file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-ProductoTuristicoDeNaturalezaParaElDesarrolloDeCom-8378017.pdf

María Alonso, E. G. (2022). La accebilidad presencial a lo servicios bancarios en España; comparación internacional y entre servicios. *Documentos Ocasionales*, 1-36. https://repositorio.bde.es/bitstream/123456789/22804/1/do2215.pdf

María Cristina Vanegas Rico, V. C. (2022). Expectativas del comportamiento ambiental de otros y su efecto en la conducta proambiental personal. *Bilingual Journal of Environmental Psychology, 13*(1), 1. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1080/21711976.2021.1992872

Marín , J., & Hernández, M. (2016). Percepciones sobre servicios ambientales y pérdida de humedales arbóreos en la comunidad de Monte Gordo, Veracruz. *Articulos cientificos scielo*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-04712016000100053&script=sci_arttext

Martínez, B. J., Anzules, M. J., & Bravo, Y. J. (2023). Evalñuación de la Motivación y la Satisfacción laboral en la cooperativa ahorro Crédito Lucha Campesina. *Purig*, 1-11. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.revistas.unah.edu.pe/index.php/puriq/article/view/492/742

Mejía, G. (2022). *Propuesta de un modelo de gestión turística sostenible para el destino La Esperanza e Intibucá, Honduras.* Universidad Nacional de la Plata, Honduras. https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/161072

Merma, K. Y., & Quispe, Y. C. (2019). *La Actividad Turística y el Efecto Económico en las familias del Distrito de Oropesa –Provincia de Quispicanchi – Departamento del Cusco, 2015 al 2018.* UNIVERSIDAD PERUANA AUSTRAL DEL CUSCO, CUSCO.

MIMAM. (2015). *Ecosistemas* . Minesterio de ambiente : http://www.minam.gob.pe/diversidadbiologica/nuestras-lineas-de-intervencion/direccion-de-conservacion-sostenible-de-ecosistemas-y-especies/ecosistemas/

MINAM. (2010). *Crece el turismo en humedales hasta en 35% entre 2010 y 2011Crece el turismo en humedales hasta en 35% entre 2010 y 2011Crece el turismo en humedales hasta en 35% entre 2010 y 2011.*

MINCETUR. (2011). *Memoria anual sel sector Comercio Exterior y Turismo.* LIMA. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31264/21876_Informe_Transferencia_Gestion.pdf20180706-19116-92zoq2.pdf

MINCETUR. (2023). *Cusco Reporte Regional de Turismo año 2023.* Direccion General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía.

Miranda, R. R., L. P., M. P., Vargas, A. C., & B. v. (2022). Aprendizaje a través de estrategias lúdicas: una herramienta para la Educación Ambiental. *Revista de Ciencias Ambientales*, 1-20. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.scielo.sa.cr/pdf/rca/v56n1/2215-3896-rca-56-01-209.pdf

Miranda., A. S., Mora, Á. M., & Ballestero, A. D. (2022). Estudio del público visitante del Museo de Arte Costarricense, 2019. *Revistas Uned, 13*(1), 1-22. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.scielo.sa.cr/pdf/rup/v13n1/2215-2989-rup-13-01-1.pdf

Muguruza, L. (2015). *Determinación de la capacidad de carga turística en el ordenamiento de los Humedales de Ventanilla.* Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Piura, Perú.

Muntané, J. (2010). Introducción a la Investigación básica. *33*(3). https://www.researchgate.net/profile/Jordi-

Muntane/publication/341343398_Introduccion_a_la_Investigacion_basica/links/5ebb9e7d92851c11a8650cf9/Introduccion-a-la-Investigacion-basica.pdf

Muños, F. (.-5.-l.-h.-s.-l.-e.-m.-i.-p.-c.-c.-c.-7. (2020).

Naranjo, F. G. (Junio de 2022). La integración de las teorías de la demanda agregada y del circuito monetario en la perspectiva pos-keynesiana de Sergio Cesaratto. *Lecturas de Economía*(96), 1-17. Retrieved 16 de Abril de 2024, from http://www.scielo.org.co/pdf/le/n96/0120-2596-le-96-345.pdf

Naranjo, M. R., & Martínez, M. d. (2022). Reflexiones Teóricas sobre la demanda turística global: Incidencia en la gestión y comercialización turística. *Revista de Ciencias Sociales*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471697

Neffa, J. C. (2023). Teorias dasegmentação do mercado de trabalho. *Teorías económicas sobre el mercado de trabajo, 5*, 1-48. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/rbest/article/view/18343/12936

Ñañez, K. (2023). Gestión turística y desarrollo cultural en pobladores de Nuevo Tingo - Amazonas 2022. *Universidad Cesar Valeljos*. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/109145

OMT. (2011). *Turismo Guía para la formulación de proyectos de inversión exitosos.* Lima. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/anexos/2013/Anexo_11.pdf

Organización mundial del turísmo. (2022). Gestion de empresas turísticas fundamentos y organización. https://www.unwto.org/es/gestion-de-destinos

Oviedo Costales, M. S., Llugsha Huijarro, V. O., & Ocaña Zambrano, W. O. (2020). Actividad turistica y su relación con la gentificación en el Centro Histórico de Quito. *INNOVA, 5*(3), 151 - 162. https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2.2020.1560

Padovan, I. (2020). *Teorías de la motivación. Aplicación práctica.*

Palma, Z. J. (2019). *Gestión turistica municipal para el fomento de la actividad turistica en el distrito de Santa Rosa - Región Lambayeque, año 2019.* Lambayeque. https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8342

Pedraza, Ó. A., Betancur, J. C., González, J. M., Albornoz, G. A., Pacheco, M. O., Cupacán, J. A., . . . And. (2023). Función ecosistémica de los árboles nativos en el contexto urbano: un instrumento necesario en la lucha contra el cambio climático. *Universidad Externado de Colombia, 1*(1), 1-110. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://medioambiente.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/sites/19/2024/01/Compilacion-notas-2023.pdf#page=24

Pelaez, M. M., Meléndez, A. T., & Araujo, E. S. (2023). Revisión Documental sobre el Turismo. Sostenible en el Marco de los ODS. *Journal of Tour sm & Development*(40), 1-18. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=6f14d6e6-4f61-492b-ab9a-b30e95a47a07%40redis

Pereyra, T., Palomino, G., & Gárate, J. (2021). Desarrollo Turístico promotor socioeconómico. *Revista Cientifica Ecociencia, 8*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483

Perez, K. (2019). Gestión sostenible para el desarrollo y protección de los humedalesde ventanilla, 2018. https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/97/T-PEREZ_MARQUEZ_KARINA_ENORY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Perez, Y. A., Cortes, D. G., & Haza, U. J. (23 de Marzo de 2022). Humedales construidos como alternativa de tratamiento de aguas residuales en zonas urbanas: una revisión. (J. D. Morales, Ed.) *Revista Cientifica de Ecologia y Medio Ambiente, 31*(1), 1-9. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://www.revistaecosistemas.net/index.php/ecosistemas/article/view/2279/1510

Peruano, E. (03 de 02 de 2020). Minam promueve la protección de humedales. pág. 15. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1422250/ANEXO%20RM.%20219-2020-MINAM%20-%20PROYECTO%20DECRETO%20SUPREMO%20APRUEBA%20DISPOSICIONES%20GENERALES%20PARA%20LA%20GESTION%20MULTISECTORIAL%20Y%20DESCENTRALIZADA%20DE%20LOS%20HUMEDALES.pdf.pdf

Piña, J. M., Ronda, R. F., Nuila, J. R., & Aguilera, N. C. (2023). Turismo de bienestar como segmento en crecimiento: una mirada desde los estudios bibliométricos. *Revista Ciencias Humanas y Sociales*, 1-15. Retrieved 16 de Abril de 2024, from http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rehuso/v8n1/2550-6587-rehuso-8-01-00098.pdf

Pnuma, Uicn, & Wwf. (1980). Estrategia Mundial para la Conservación. https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/WCS-004-Es.pdf

Ponce, D. K., Chancay, M. R., & Lópe, L. T. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Revista Cientifica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 1-12. https://www.recimundo.com/index.php/es/article/view/1626/2085

Ramirez Cavassa, C. (2015). *Servicios Turisticos I.* UTN. https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/82BFE5797C2C950A05257EE6007AF5CF/$FILE/archivo_786.pdf

Ramírez, R. R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción (1ra ed.). Málaga: Servicios Académicos intercontinentales S.L.*

Ransar. (2016). *¿ Que son los humedales?*

Rathmell, J. M. (1974). Marketing in the service sector. (No Title). https://books.google.com.pe/books/about/Marketing_in_the_Service_Sector.html?id=jG-yQgAACAAJ&redir_esc=y

Ríos, A. R. (2023). *Humedales Costeros del Perú Pisco-Ica.* Ministerio de Ambiente, Ica. Pisco: Informe Técnico Especial. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://repositorio.igp.gob.pe/server/api/core/bitstreams/af4306a6-4d66-4f5c-a289-3571f5ba4131/content#page=72

Rivero, L. C., Rivera, J. M., & Olguín, E. L. (2023). El despliegue de la función de la calidad y la teoria para la solución de problemas de inventiva: Un análisis de aproximación para la satisfacción de los requerimientos del cliente. *Ingeniería Industrial*(45), 1-18. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Ingenieria_industrial/article/view/6595/6534

Roca, M. C. (2023). *Impacto ambiental de la actividad turistica en el humedal Abras de Mantequilla, Ecuador.* Universidad Tecnica de Babahoyo, Ecuador. https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/14570/E-UTB-FCJSE-TURISMO-000028.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rodríguez, A. E., & Pérez, M. R. (7 de Octubre de 2021). Mejoramiento Sociocultural desde la Gestión Ambiental. *Revista multitemática de desarrollo local y sostenibilidad, 9*(3), 1-20. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://dspace.uniss.edu.cu/bitstream/handle/123456789/7589/1276-Texto%20del%20art%c3%adculo-7309-1-10-20211007.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rojas, I. R. (2011). *Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica.* Universidad Autónoma del Estado de México, Mexico.

Roma, H. E. (2022). Gestión de residuos sólidos y su incidencia en educación ambiental en una institución educativa del Perú -2022. *Revista Multiciplinar*, 1-25. https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/2657/3911

Rosas, H. C., Hernández, M. R., Garduño, O. G., Santoyo, N. P., Trejo, R. B., Nieto, J. G., & Albores, J. R. (Junio de 2023). Composición espacial y temporal de aves acuáticas y rapaces en humedales del centro de México. *Research Journal, 15*(1), 1-18. Retrieved 15 de Abril de 2024, from https://revistas.uned.ac.cr/index.php/cuadernos/article/view/4382/6521

Salazar, M. A., & Salazar, J. L. (Junio de 2022). Política económica: Política monetaria ecuatoriana en dolarización. *Imaginario Social, 5*(1), 1-18. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://revista-imaginariosocial.com/index.php/es/article/view/77/174

Saldaña, C., & Lora, C. (2020). *Analisis de la gestión turistica ambiental del hoteles todo incluido.* Universidad Autónoma de Nayarit, Tepic. http://dspace.uan.mx:8080/jspui/handle/123456789/2322

Samán, S. N., Mendoza, W. I., Miranda, M. d., & Esparza, R. M. (2022). Resilencia y competitividad emopresarial:Una revisión sistemática, período 2011 - 2021. *Revista de Ciencias Sociales*. https://www.redalyc.org/journal/280/28071865021/28071865021.pdf

Samaniego, J. L., Sánchez, J., & Alatorre, J. E. (2022). Medio ambiente y desarrollo en un contexto centro periferia. *El triste economico*(353), 1-28. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://www.scielo.org.mx/pdf/ete/v89n353/2448-718X-ete-89-353-229.pdf

Sampieri, R. H. (2014). *Planteamiento cuantitativo.* Metodología de la Investigación, 34-43.

Santamaría Freire, E. J., & López Pérez, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia, 24*(86), 417 - 428. https://www.redalyc.org/articulo.oa?

Segovia, H. I., Ocampo, Y. d., Bobadilla, F. S., & Ojeda, M. A. (2023). Impactos generados por la actividad turística en el desarrollo local del Municipio de Yaguarón, desde el año

2010 al 2020. *Revista científica en ciencias sociales, 5*(1), 1-11. Retrieved 16 de Abril de 2024, from http://scielo.iics.una.py/pdf/rccsociales/v5n1/2708-0412-rccsociales-5-01-24.pdf

SERNANP. (2013). *Áreas de conservacion regional.* (1. e. edicion, Ed.) https://repositoriodigital.minam.gob.pe/bitstream/handle/123456789/155/BIV01138.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Las%20%C3%81reas%20de%20Conservaci%C3%B3n%20Regional%20se%20establecen%20principalmente%20para%20conservar,ambientales%20que%20de%20ellos%20

Sostenible, S. d. (2023). *Gobierno del estado de Mexico*. Educacion Ambiental: https://sma.edomex.gob.mx/educacion_ambiental

Sotomayor, M. J., & Balseca, L. E. (2023). Importancia de las habilidades blandas en el proyecto de vida de los estudiamtes de Educación Básica Media. *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 1-10. Retrieved 15 de Abril de 2024, from http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rchakin/n21/2550-6722-rchakin-21-00200.pdf

Suarez, A. (2019). *UF0073 - Productos, servicios y destinos turísticos.* Elearning. https://es.everand.com/book/424103380/UF0073-Productos-servicios-y-destinos-turisticos

Tamaquiza, P. P., & Asitimbay, A. X. (2021). Efectos socio-ambientales de la intensificación de la ganadería en ecosistemas de altura (paramos) del sur-oeste de Tungurahua. *Revista Cientifica de Ecologia y medio Ambiente*, 1-8. Retrieved 16 de Abril de 2024, from file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/2296-Texto%20del%20art%C3%ADculo-11402-1-10-20220426.pdf

Tamayo, M. (2023). *El proceso de la investigación científica (4ta ed.). México D.F.: LIMUSA S.A.*

Tapper, R. H., & Cabrini, L. (2012). *Destino humedales. Apoyando el turismo sostenible.*

Terradas, J. (2001). *Ecología de la vegetación: de la ecofisiología de las plantas a la dinámica de comunidades y paisajes.* España. https://dama.umh.es/discovery/fulldisplay/alma991000487119706331/34CVA_UMH:VU1

Terrazas, S. (2020). Análisis de la actividad turística del humedal de Huasao – distrito de Oropesa, Cusco 2020. *Revisas Alicia*. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UACI_61ab59713e59614d856237dc8bd91d14/Details

Tonato, Y. C., Carrillo, N. R., Freire, M. C., & Rosero, D. A. (2023). Analysis de la Satisfacción. *Revista Cientifica de la Universidad de Cienfuegos, 15*(51), 1-8. Retrieved 16 de Abril de 2024, from https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3848/3770

Torres, C. A. (2020). *Metodologia de investigacion* . Colombia : Orlando Fernández Palma.

Triana, G. J., & Gómez, Y. A. (2023). La motivación, la lealtad y compromiso como precursores de las comunidades de marca. *Revista de Comunicación, 22*(2), 1-19. Retrieved 15 de Abril de 2024, from http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v22n2/2227-1465-rcudep-22-02-59.pdf

Turdera, C. F., Wallace, R., Garitano-Zavala, Á., Jurado, C., Angulo, W., Ayala, G., & Hayes, M. (2022). Reto Ciudad Naturaleza, La Paz: una experiencia de observación y registro de la biodiversidad urbana. *Revista Científica*, 1-11. http://www.scielo.org.co/pdf/cient/n48/2344-8350-cient-48-82.pdf

Turismo i.pe. (22 de diciembre de 2011). *Turismo i.pe*. Turismo i.pe: https://turismoi.pe/ciudades/distrito/oropesa--2.htm

Ucariegue, J. J. (2018). *Propuesta de un plan de gestión turística en los humedales:la Bocana - San José, Lambayeque.* Universidad Señor de Sipán, Pimentel.

https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5762/Ucariegue%20Huima%20Juan%20Jos%c3%a9.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Uñapillco , G. (2022). Calidad de los servicios turísticos y el grado de satisfaccion del visitante en el parque teamtico los humedales de huasao, Cusco 2022. *Universidad Alas Peruanas*. https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/13760/Tesis_calidad_servicios_tur%C3%ADsticos_grado_satisfacci%C3%B3n_visitante_parque_tem%C3%A1tico_humedales_Huasao_Cusco.pdf?isAllowed=y&se

Urbina, D., Cáceda, F. R., & Aponte, H. (2022). ¿Se están reduciendo los humedales de la costa del Pacífico suramericano? El caso de los humedales de Lima. *Revista de la Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales, 181*(46), 1-14. Retrieved 15 de Abril de 2024, from http://www.scielo.org.co/pdf/racefn/v46n181/0370-3908-racefn-46-181-985.pdf

Vargas, A. E. (2024). *Gestión turística municipal percibida por el ciudadano del distrito de Lagunas, Mocupe 2021.* Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo , Chiclayo. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/7502/1/TL_VargasUrbinaAlexis.pdf

Viñas, L. C., & Gómez, M. (2023). El impacto de la COVID-19 en la demanda turística internacional. *Revista de divulgación cientifica, 1*(1), 1-15. Retrieved 15 de Abril de 2024, from file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/23-38+El+impacto+de+la+COVID-19+en+la+demanda+tur%C3%ADstica+internacional%20(2).pdf

Zegarra, L. (2017). Demanda ndel turismo y la calidad de servicio mistico de la comunidad de Huasao del Distrito de Saylla, Cusco en el 2016. *Universidad Andina del Cusco*, 108. https://repositorio.uandina.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/bf6168ef-9eb6-46d9-8e51-8f4ded0622ff/content

Anexos

A. Matriz de consistencia

TITULO: PERCEPCIÓN DEL TURISTA Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL HUMEDAD DE HUASAO OROPESA, CUSCO – 2023.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
Problema general ¿De qué manera se relaciona la percepción del turista con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023?	**Objetivo general** ¿Determinar la relación de la percepción del turista con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023?	**Hipótesis general** Existe una relación directa entre la percepción del turista y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023.	**V1:** Percepción del turista	**Dimensiones:** • Información recibida. • Servicios turísticos.	**Tipo de investigación:** Básica. **Enfoque de investigación:** Mixto: cualitativo y cuantitativo **Nivel de investigación:** Correlacional descriptivo. **Diseño de investigación:** No experimental. **Población:** 2,439,078 turistas. **Muestra:** 384. **Técnicas e instrumentos de investigación:** Encuesta / cuestionario.
Problemas específicos **PE1:** ¿Cómo es la percepción del turista sobre la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa Cusco - 2023? **PE2:** ¿Cómo se relaciona los servicios turísticos con la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023? **PE3:** ¿De qué manera mejora la percepción del turista que se relaciona con la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023?	**Objetivos específicos** **OE1:** Describir la percepción del turista sobre la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023. **OE2:** Determinar la relación de los servicios turísticos y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023. **OE3:** Definir como mejora la percepción del turista en relación con la actividad turística en el Humedal de Huasao, Oropesa – Cusco, 2023.	**Hipótesis especificas** **HE1:** La percepción del turista sobre la actividad turística es regular en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco -2023. **HE2:** Existe una relación directa entre los servicios turísticos y la actividad turística en el humedal de Huasao, Oropesa Cusco – 2023. **HE3:** La percepción mejora innovando la actividad turística y la percepción del turista en el humedal de Huasao, Oropesa – Cusco, 2023.	**V2:** Actividad turística.	**Dimensiones:** • Demanda turística. • Oferta turística. • Espacio geográfico. • Operadoras del mercado.	

B. Matriz de instrumentos

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Percepción del turista	Información recibida	- *Claridad de la señalización interpretativa en el humedal (paneles, mapas, QR, etc.).* - *Acceso previo a información del destino por redes sociales o páginas oficiales.* - *Nivel de satisfacción con la información proporcionada por los informadores.*	• ¿Cree usted que la señalización del humedal de Huasao es clara y fácil de entender? • ¿Usted antes de su visita encontró información útil sobre el humedal en redes sociales o páginas web? • ¿Usted se sintió satisfecho con la información proporcionada por los informadores del humedal de Huasao?
	Servicios turísticos	- *Estado y limpieza de servicios higiénicos y áreas comunes del humedal.* - *Amabilidad y disposición del personal del lugar para atender consultas.* - *Seguridad percibida durante el recorrido (control de visitantes, orientación).*	• ¿Considera usted que los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao mantienen un buen estado? • ¿Considera usted que el personal del humedal fue amable y estuvo dispuesto a resolver sus dudas durante su visita? • ¿Durante su recorrido por el humedal usted se sintió seguro (a) y bien orientad (o)?
Actividad turística	Demanda turística	- *Número de turistas que visitan el humedal en diferentes épocas del año.* - *Frecuencia de retorno de visitantes al humedal de Huasao.*	• ¿Considera usted que el humedal de Huasao recibe una gran cantidad de visitantes en ciertas épocas del año? • ¿Está usted de acuerdo que durante temporadas altas el humedal de Huasao recibe mayor influencia de visitantes? • ¿Considera usted que el humedal de Huasao mantiene un flujo constante de visitantes durante el año? • ¿Cree usted que los visitantes del humedal de Huasao regresan en diferentes épocas del año?
	Oferta turística	- *Diversidad de servicios disponibles en el humedal (alimentación, guiado, transporte local).* - *Variedad de actividades recreativas y educativas relacionadas al entorno natural.*	• ¿Cree usted que en los alrededores del humedal de Huasao existen servicios adecuados de entretenimiento, transporte y alimentación para los visitantes? • ¿Considera usted que los servicios turísticos disponibles cerca del humedal de Huasao cubren las necesidades básicas del visitante? • ¿Cree usted que el humedal de Huasao ofrece actividades recreativas, culturales o naturales adecuadas para distintos tipos de visitantes? • ¿Considera usted que el humedal de Huasao brinda actividades recreativas relacionadas al entorno natural del humedal?
	Espacio geográfico	- *Accesibilidad del humedal desde el centro urbano de Oropesa.* - *Estado de conservación del paisaje y los espacios naturales del humedal.*	• ¿Considera usted que la accesibilidad desde el centro urbano de oropesa es adecuada? • ¿Las condiciones del camino y la señalización facilitan el acceso adecuado al humedal de Huasao? • ¿Considera usted que el paisaje del humedal de Husao esta adecuadamente conservado y es atractivo para los visitantes?

			• ¿Considera usted que la conservación del entorno natural contribuye positivamente a la experiencia turística en el humedal?
Operadores del mercado	- *Participación de la comunidad local en la oferta de servicios turísticos.* - *Nivel de coordinación entre agencias, municipio y actores turísticos locales.*		• ¿Considera usted que la comunidad local participa activamente en la oferta de servicios turísticos en el humedal de Huasao? • ¿Usted está de acuerdo que los servicios turísticos ofrecidos por la comunidad local cumplen con las expectativas de los visitantes? • ¿Cree usted que existe una buena coordinación entre las agencias turísticas, el municipio y los actores locales para el desarrollo del turismo en el humedal? • ¿Está usted de acuerdo que la colaboración entre los diferentes actores turísticos contribuye al mejoramiento de la experiencia turística en el humedal?

C. Instrumentos de recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

Encuesta para visitantes

Recurro a su persona para que pueda brindarme su apoyo en responder con toda sinceridad y veracidad la siguiente encuesta que tiene por finalidad recoger información sobre: ***"PERCEPCIÓN DEL TURISTA Y SU RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL HUMEDAL DE HUASAO, OROPESA, CUSCO, 2023"***

Responder con una "X".

Agradecemos su participación**.**

Género: M ☐ V ☐

Edad:

Menor de 18 años ☐

De 18 a 29 años ☐

De 30 a 39 años ☐

De 60 a más años ☐

Estado civil: ☐ Soltero(a) ☐ Casado(b) ☐ Soltero(c) ☐ Viudo(d)

I. Grado de Instrucción:

a) Primaria b) Secundaria c) Técnico d) Superior Universitario

II. Procedencia

a) Local b) Nacional c) Extranjero

III. Lengua materna

a) Español b) Ingles c) Otro

IV. Motivo de visita

a) Investigación o estudios

b) Conocer nuevos atractivos

c) Esparcimiento u ocio

VARIABLE 1 PERCEPCIÓN DEL TURISTA

D1: Información recibida

1. **¿Cree usted que la señalización del humedal de Huasao es clara y fácil de entender?**
   a) Muy en desacuerdo
   b) En desacuerdo
   c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
   d) De acuerdo
   e) Muy de acuerdo
2. **¿Usted antes de su visita encontró información útil sobre el humedal en redes sociales o páginas web?**
   a) Muy en desacuerdo
   b) En desacuerdo
   c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
   d) De acuerdo
   e) Muy de acuerdo
3. **¿Usted se sintió satisfecho con la información proporcionada por los informadores del humedal de Huasao?**
   a) Muy en desacuerdo
   b) En desacuerdo
   c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
   d) De acuerdo
   e) Muy de acuerdo

D2: Calidad de servicios

4. **¿Considera usted que los servicios higiénicos y áreas comunes del humedal de Huasao mantienen un buen estado?**
   a) Muy en desacuerdo
   b) En desacuerdo
   c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
   d) De acuerdo
   e) Muy de acuerdo
5. **¿Considera usted que el personal del humedal fue amable y estuvo dispuesto a resolver sus dudas durante su visita?**

a) Muy en desacuerdo
b) En desacuerdo
c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
d) De acuerdo
e) Muy de acuerdo

6. **¿Durante su recorrido por el humedal usted se sintió seguro (a) y bien orientad (o)?**

a) Muy en desacuerdo
b) En desacuerdo
c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
d) De acuerdo
e) Muy de acuerdo

V2: ACTIVIDAD TURÍSTICA

D1: DEMANDA TURÍSTICA

7. **¿Considera usted que el humedal de Huasao recibe una gran cantidad de visitantes en ciertas épocas del año?**

a) Muy en desacuerdo
b) En desacuerdo
c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
d) De acuerdo
e) Muy de acuerdo

8. **¿Está usted de acuerdo que durante temporadas altas el humedal de Huasao recibe mayor influencia de visitantes?**

a) Muy en desacuerdo
b) En desacuerdo
c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
d) De acuerdo
e) Muy de acuerdo

9. **¿Considera usted que el humedal de Huasao mantiene un flujo constante de visitantes durante el año?**

a) Muy en desacuerdo
b) En desacuerdo
c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

10. ¿Cree usted que los visitantes del humedal de Huasao regresan en diferentes épocas del año?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

DIMENSIÓN 2: OFERTA TURÍSTICA

11. ¿Cree usted que en los alrededores del humedal de Huasao existen servicios adecuados de entretenimiento, transporte y alimentación para los visitantes?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

12. ¿Considera usted que los servicios turísticos disponibles cerca del humedal de Huasao cubren las necesidades básicas del visitante?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

13. ¿Cree usted que el humedal de Huasao ofrece actividades recreativas, culturales o naturales adecuadas para distintos tipos de visitantes?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

14. ¿Considera usted que el humedal de Huasao brinda actividades recreativas relacionadas al entorno natural del humedal?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

DIMENSIÓN 3: ESPACIO GEOGRÁFICO

15. ¿Considera usted que la accesibilidad desde el centro urbano de oropesa es adecuada?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

16. ¿Las condiciones del camino y la señalización facilitan el acceso adecuado al humedal de Huasao?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

17. ¿Considera usted que el paisaje del humedal de Husao esta adecuadamente conservado y es atractivo para los visitantes?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

18. ¿Considera usted que la conservación del entorno natural contribuye positivamente a la experiencia turística en el humedal?

a) Muy en desacuerdo

b) En desacuerdo

c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo

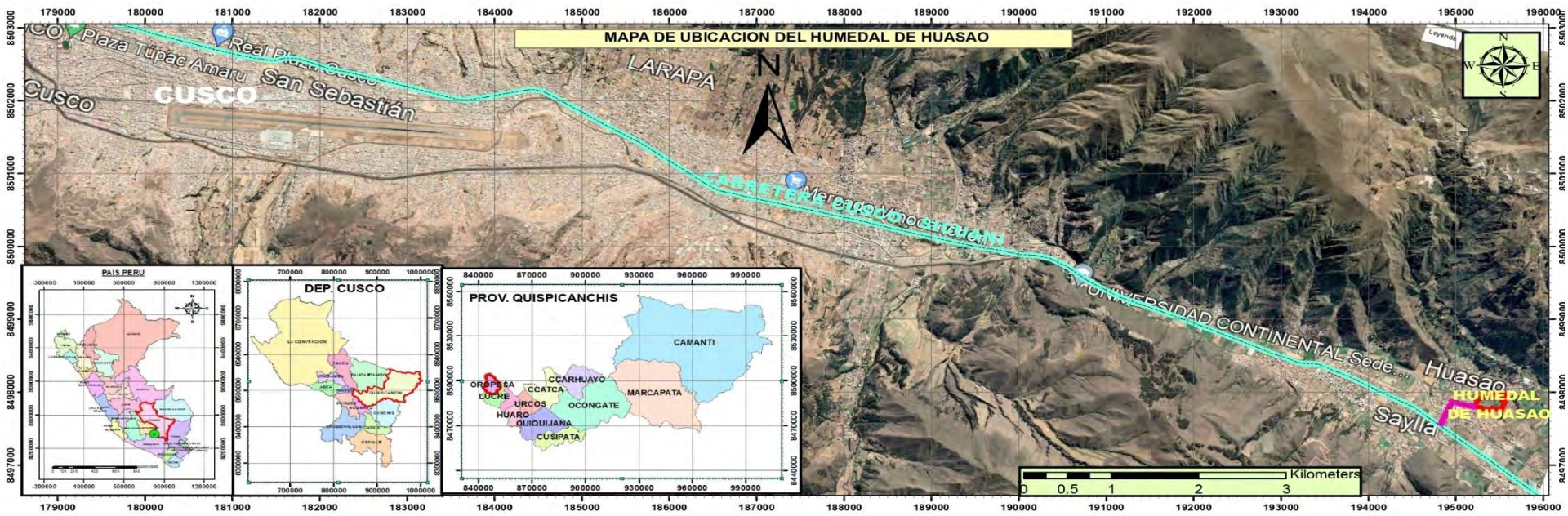
d) De acuerdo

e) Muy de acuerdo

DIMENSIÓN 4: OPERADORES DE MERCADO

19. **¿Considera usted que la comunidad local participa activamente en la oferta de servicios turísticos en el humedal de Huasao?**
    a) Muy en desacuerdo
    b) En desacuerdo
    c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
    d) De acuerdo
    e) Muy de acuerdo
20. **¿Usted está de acuerdo que los servicios turísticos ofrecidos por la comunidad local cumplen con las expectativas de los visitantes?**
    a) Muy en desacuerdo
    b) En desacuerdo
    c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
    d) De acuerdo
    e) Muy de acuerdo
21. **¿Cree usted que existe una buena coordinación entre las agencias turísticas, el municipio y los actores locales para el desarrollo del turismo en el humedal?**
    a) Muy en desacuerdo
    b) En desacuerdo
    c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
    d) De acuerdo
    e) Muy de acuerdo
22. **¿Está usted de acuerdo que la colaboración entre los diferentes actores turísticos contribuye al mejoramiento de la experiencia turística en el humedal?**
    a) Muy en desacuerdo
    b) En desacuerdo
    c) Ni en de acuerdo ni en desacuerdo
    d) De acuerdo
    e) Muy de acuerdo

D. Mapa de ubicación cronológico de Huaso de 2011-2018



IMAGENES SATELITALES DE LA EVOLUCION TEMPORAL DEL HUMEDAL DE HUASAO DEL 2011 AL 2021


JUNIO DEL 2011


ABRIL 2013


JULIO DEL 2015


AGOSTO 2017


SETIEMBRE DEL 2018


AGOSTO DEL 2019


SEPTIEMBRE DEL 2020


SEPTIEMBRE DEL 2021

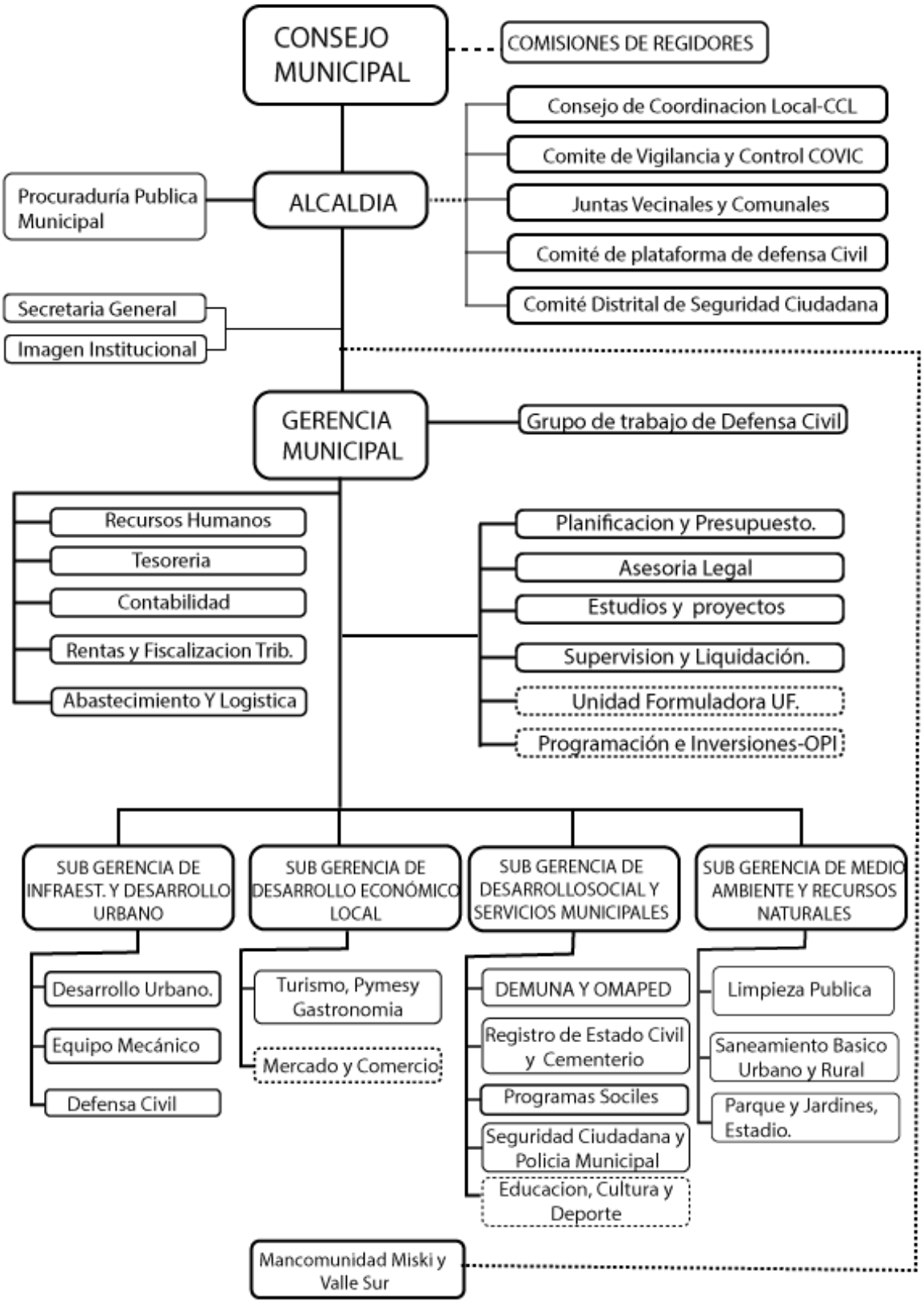
LEYENDA

CARRETERA AL HUMEDAL DE HUASAO
CARRETERA CUSCO - SICUANI
HUMEDAL_HUASAO

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONOMICAS Y TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

TEMA:	"HUMEDAL DE HUASAO Y SU INFLUENCIA EN LA ACTIVIDAD TURISTICA EN EL DISTRITO DE OROPESA - CUSCO"		
MAPA:	"UBICACION"		
BACHILLERES: REYNA LUZ CHINO CCANA MARILUZ CONDORI TAIRO		ASESOR : DRA. ROXANA JULIA ABARCA	
UBICACION: LOC : HUMEDAL HUASAO DIST : OROPESA PROV: QUISPICANCHIS DEP : CUSCO	ESCALA: 1:43,000 PROYECCION: UTM, WGS84 ZONA 18S	FECHA: JULIO - 2022 FUENTE: PROPIO	M - 01

E. Organigrama de la municipalidad de Oropesa



F. Evidencias fotográficas









Nota: Tesistas realizando encuesta a visitantes del Humedal.







Nota: Tesistas encuestando turistas.